

ISSN 2312-377X

***СЕВЕРНЫЙ РЕГИОН:
НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ, КУЛЬТУРА***

НАУЧНЫЙ И КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ ЖУРНАЛ

**№ 2 (30)
2014**

Сургут
Издательство СурГУ
2014

Издание зарегистрировано в Западно-Сибирском межрегиональном
территориальном управлении Министерства РФ по делам печати,
телерадиовещания и средств массовых коммуникаций (г. Тюмень)
Свидетельство ПИ № 17-0414 от 15 апреля 2002 г.

Выходит два раза в год

Учредитель и издатель:

ГБОУ ВПО «Сургутский государственный университет
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры»

Главный редактор:

С.М. Косенок, д.пед.н., профессор

Редакционная коллегия:

О.Г. Литовченко, д.биол.н., профессор

В.В. Мархинин, д.филос.н., профессор

А.А. Хадынская, к.филол.н., доцент

Научный редактор:

Е.В. Воронина, к.экон.н., доцент

Ответственный редактор:

А.П. Чалова, к.филол.н.

Редактор:

О.В. Руднева, к.филол.н.

Переводчики:

М.А. Ставрук, к.пед.н., доцент

Д.В. Чулкина, к.филол.н.

А.В. Дмитрива

Полные тексты статей размещаются в базе данных Научной Электронной Библиотеки
на сайте e-library.ru и включаются в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Адрес редакции

А.А. Хадынской, СурГУ («Северный регион»)
ул. Энергетиков, 8
г. Сургут Тюменской обл.
628412

8-902-817-05-37

E-mail: sev_region@mail.ru

www.surgu.ru

© ГБОУ ВПО «Сургутский
государственный университет ХМАО –
Югры», 2014

Департамент образования и молодежной политики
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
ГБОУ ВПО «Сургутский государственный университет
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры»

СЕВЕРНЫЙ РЕГИОН: НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ, КУЛЬТУРА

Научный и культурно-просветительский журнал

Издается с 2000 г.

2014

№ 2 (30)

СОДЕРЖАНИЕ

От редакции..... 6

***Материалы IV Международной научно-практической конференции
«Современные проблемы, тенденции и перспективы
социально-экономического развития»
(10 ноября 2014 года, г. Сургут)***

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ. РАЗВИТИЕ РЫНКА ТРУДА

Дробыш Л.В.

Направления совершенствования системы управления персоналом на
предприятии..... 8

Заусова Н.В.

Формирование системы оплаты труда на принципах социального партнерства –
механизм повышения лояльности персонала..... 13

Казакова М.И., Казаков А.М.

Выбор пути дистанционного найма сотрудников 18

Кауфман Н.Ю.

Роль человеческого капитала в современных организациях 22

Кучеренко Г.Х., Чуланова О.Л.

Профессиональные стандарты: тенденции, проблемы и перспективы 27

Малахова Н.Н.

Социально-трудовые отношения в инновационной экономике 32

Хадасевич Н.Р.

Воспроизводство трудового потенциала региона 37

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ. ПРОЕКТНЫЙ АНАЛИЗ

Герасимов К.Б.

Основные методы управления безопасностью жизнедеятельности предприятия..... 41

Гирш В.А.

К вопросу об управлении предпринимательской деятельностью торгово-производственной организации..... 46

Далёкин П.И., Глебова О.В.

Процедура отбора проектов научно-исследовательских работ в научных организациях..... 50

Кежапкина О.В.

Применение теории и методов многокритериального принятия решений при проектном анализе в нефтяной отрасли..... 54

Яркова О.Н., Величко О.А.

Моделирование стратегии проведения комплекса работ проекта по монтажу сетей электроснабжения..... 60

Макаров А.А., Гаврилина О.П.

Характеристика элементов концепции «маркетинг-микс» и соответствующая им практика российских компаний, работающих в сегменте товаров класса «люкс»..... 69

Стрельцова Н.В.

Проект «Волгоградское качество» как инструмент поддержки инновационно-активных предприятий региона..... 75

МАЛЫЙ БИЗНЕС: РАЗВИТИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ**Зайцева Г.В.**

Развитие российского малого бизнеса..... 80

Иванова А.А.

Особенности функционирования малого бизнеса..... 88

Матвеева Е.С.

Основные способы оформления малого бизнеса в России..... 93

Логинова О.В.

Значение учета затрат для развития малого предприятия..... 97

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**Рубан Д.А.**

Некоторые социально-экономические предпосылки регионального развития туризма в России 101

Карасев И.Е., Тарада М.С.

Туристский потенциал малых городов Омской области и проблемы его позиционирования 106

Шоричева А.Ю.

Государственно-частное партнерство в сфере охотничьего туризма..... 110

Карпенко Ю.В.

Особенности учёта и калькуляции себестоимости продукции предприятий туристического бизнеса в Украине..... 114

***ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ.
ОТРАСЛЕВОЕ РАЗВИТИЕ. МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО*****Белоцерковец Ю.В., Галковский С.В.**

Перспективы развития трансграничного сотрудничества Республики Беларусь и стран Европейского союза..... 119

Закревская Н.А.

Проблемы и основные направления взаимодействия стран Содружества Независимых Государств в финансовой сфере.....	122
---	-----

Ермолина Л.В., Калинин Д.Н.

Влияние сланцевой революции на топливно-энергетический рынок России.....	126
--	-----

Ботвина К.И., Пирская Е.В.

Проблемы конкурентных отношений в Российской Федерации.....	132
---	-----

Бурова Я.В.

Корпоративное управление в России.....	137
--	-----

Воронина Е.В., Салехов Е.А.

Необоснованная налоговая выгода: содержание и признаки.....	140
---	-----

Ефимов О.Н., Фаттахова И.И.

Совершенствование ипотечного кредитования.....	145
--	-----

Пугина Л.И.

Развитие рынка инноваций и трансфер технологий в современных условиях	151
---	-----

Шамиев И.Д.

Электронное правительство: проблемы реализации межведомственного взаимодействия и перспективы развития предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме.....	157
--	-----

Погребцова Е.А.

Овощекртофельный подкомплекс Омской области: современное состояние и государственные программы его развития.....	161
--	-----

СОЦИАЛЬНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ**Солодкин Я.Г.**

Гибель Ермака: показания и умолчания источников.....	166
--	-----

Маслова Н.К.

Связующая цепь традиций в п. Хулимсунт Березовского района: роль деятельности сотрудников общественного музея в сохранении мансийской культуры.....	174
---	-----

Наши авторы.....	177
-------------------------	------------

Требования к оформлению материалов.....	183
--	------------

От редакции

Дорогие друзья!

В очередном выпуске журнала «Северный регион: наука, образование, культура» опубликованы научные труды участников IV Международной научно-практической конференции Института экономики и управления Сургутского государственного университета ХМАО – Югры «Современные проблемы, тенденции и перспективы социально-экономического развития», прошедшей 10 ноября 2014 года.

Впервые за 15 лет существования журнал посвящен научным исследованиям в области экономики и управления как начинающих, так и опытных авторов, представляющих различные города России и ближнего зарубежья (Пинск, Полтава, Москва, Уфа, Самара, Екатеринбург, Челябинск, Омск, Оренбург, Пятигорск, Курск, Арзамас, Пенза, Муром, Волгоград, Ростов-на-Дону, Мегион, Нижневартовск).

В работе конференции рассматривались многие актуальные вопросы развития экономики и управления: социально-экономическое развитие территорий, финансы и финансовая политика, налогово-бюджетная и банковская системы, корпоративные финансы и корпоративное управление, управление государственными (муниципальными) финансами, инструменты и методы менеджмента промышленных предприятий, отраслей, комплексов, современное состояние и основные тенденции развития отраслевых рынков и их отдельных сегментов, совершенствование организации управления в национальной инновационной системе, финансовое управление развитием экономических систем, современные тенденции развития бухгалтерского учета, анализа и аудита, проблемы и перспективы совершенствования управления персоналом.

Главная цель проведения конференции состоит в обмене передовым опытом и знаниями в сфере экономики и управления. Надеемся, что полученные результаты будут полезны экономической науке, предложенные рекомендации найдут применение в практической деятельности.

Редакция выражает особую благодарность куратору рубрики «Наука» кандидату экономических наук, доценту **Ворониной Евгении Васильевне** за организацию конференции и помощь в подготовке выпуска, за широкую географическую и тематическую представленность работ, за актуальность проблематики материалов.

Наша постоянная рубрика «Социальные и культурные процессы» освещает вопросы истории края, проблемы работы по сохранению мансийской культуры.

Желаем всем читателям найти среди многообразия публикаций то, что будет им полезно и интересно. Успехов вам в повседневном научном труде!

*С уважением
редакция журнала «Северный регион: наука, образование, культура»*

***МАТЕРИАЛЫ
IV МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ
«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ,
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ»***

(10 ноября 2014 года, г. Сургут)

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ. РАЗВИТИЕ РЫНКА ТРУДА

УДК 658.3.012.4

*Дробыш Л.В.
Drobysh L. V.*

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

DIRECTIONS OF PERFECTION OF THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM AT ENTERPRISE

Статья посвящена проблемам управления персоналом на предприятиях сферы торговли. Рассматриваются особенности построения системы управления персоналом на предприятиях торговли Украины, а также предлагаются направления ее совершенствования в условиях постоянно растущей конкуренции на рынке товаров.

The article is devoted to the problems of personnel management at the enterprises of trade. It highlights the features of the personnel management control system's creation at the enterprises of trade in the Ukraine. It offers the directions of its improvement under conditions of constantly growing competition at the market of commodities.

Ключевые слова: персонал, управление персоналом, система управления персоналом.

Key words: personnel, personnel management, personnel management system.

Управление персоналом особенно важно в условиях глобальной конкуренции и стремительного научно-технического прогресса, когда продукты, технологии, операционные методы, организационные структуры устаревают с неслыханной скоростью, а знания и навыки сотрудников становятся главным источником длительной успешной деятельности любого предприятия. Управление персоналом предприятий позволяет обобщить и реализовать целый спектр вопросов адаптации индивида к внешним условиям, а также учесть личностный фактор в построении системы управления персоналом предприятия.

Проблемам менеджмента персонала посвящены труды многих отечественных и зарубежных ученых: Т.Ю. Базарова, А.Я. Кибанова, А.М. Колота, А.И. Кочеткова, С.В. Маслова, М.Х. Мескона, Ф. Хедоури, Ю.А. Ципкина, В.И. Шкатуллы, Г.В. Щекина и других. Однако многие вопросы, связанные с особенностями формирования системы управления персоналом на предприятиях отдельных отраслей экономики в условиях конкуренции, остаются нерешенными. В то же время в связи с постоянными изменениями рыночной конъюнктуры и ее неопределенностью механизмы формирования системы управления персоналом на предприятиях должны быть гибкими, что позволит быстро вносить изменения и предусматривать их влияние на показатели работы предприятия в целом. Актуальность указанных вопросов обусловила выбор темы исследования.

Целью статьи является изучение функционирования системы управления персоналом на предприятиях торговли Украины, а также определение направлений ее совершенствования.

Как свидетельствует практика, система управления персоналом выступает органическим структурным элементом менеджмента, который непосредственно связан с отношениями между работником и работодателем как внутри, так и вне предприятия, их взаимодействием по вопросам соблюдения их законных прав и выполняемых ими функциональных обязанностей. Поэтому систему управления персоналом нужно рассматривать как комплекс принципов, методов, средств и форм влияния на базовые потребности, интересы, поведение и функциональную деятельность сотрудников предприятия в целях максимального использования их интеллектуальных и физических способностей при выполнении трудовых функций. Следовательно, ключевой целью системы управления персоналом должно быть создание результативных мотиваций, обеспечение предприятия высококвалифицированными специалистами, их продуктивное использование, а также профессиональный рост и социальное развитие.

Результаты исследования показали, что процесс управления персоналом предприятий торговли имеет два основных аспекта: функциональный и организационный. Под управлением персоналом в функциональном отношении подразумевают следующие элементы деятельности торгового предприятия:

- определение общей стратегии;
- планирование потребности предприятия в персонале с учетом существующего кадрового состава;
- привлечение, отбор и оценка персонала;
- построение и организация работ, в том числе определение рабочих мест, функциональных связей между ними, содержания работ, условий труда;
- политика заработной платы и социальных услуг, управление затратами на персонал;
- повышение квалификации персонала и его переподготовка;
- система продвижения по службе (управление карьерой);
- высвобождение персонала.

Управление персоналом в организационном отношении охватывает всех работников и все структурные подразделения на предприятии, которые несут ответственность за работу с персоналом.

Исходя из этого, основной целью управления персоналом предприятий торговли должно быть обеспечение эффективной деятельности работников в пределах предприятия и формирование персонала как совокупности личностей, обладающих высокой ответственностью, коллективной психологией, высокой квалификацией, развитым чувством делового партнерства, корпоративной и организационной культурой.

Рассматривая вопросы совершенствования системы управления персоналом, необходимо отметить, что управление персоналом – это система взаимосвязанных организационно-экономических и социальных мер по созданию условий для нормального функционирования, развития и эффективного использования кадрового потенциала предприятия. Необходимость и значимость совершенствования системы управления персоналом предприятий торговли подтверждают и те функции, которые она выполняет: планирование персонала, управление наймом и учетом персонала, оценка, управление мотивацией персонала, социальным развитием, правовое и информационное обеспечение управления персоналом, обеспечение нормальных условий труда, а также линейное руководство [3, с. 43].

Управление персоналом является одним из важнейших направлений в стратегии современного торгового предприятия, поскольку в условиях развития высокотехнологичного производства роль человека возрастает и к его способностям, уровню знаний и квалификации предъявляются все более высокие требования. Вместе с тем многие предприятия торговли Украины, особенно малые, не в полной мере осознают

степень важности процессов совершенствования и развития системы управления персоналом. Поэтому в настоящее время в основе действующих концепций управления персоналом должны лежать потребности конкретного работника, а не коллективное начало, как это было во времена плановой экономики. В этой связи возрастает значимость личности сотрудника, уделяется повышенное внимание его мотивационным установкам и возможности формировать их таким образом, чтобы они действовали на благо предприятия.

Следовательно, во многом успех развития торгового предприятия зависит от эффективности деятельности его сотрудников. Это обусловлено тем, что высокий уровень квалификации и компетенции персонала, степень его удовлетворенности базовыми условиями труда и заработной платой напрямую влияют на степень производительности труда.

Поскольку эффективность использования каждого отдельного работника зависит от его способности выполнять требуемые функции и мотивации, с которой эти функции реализуются, одним из направлений повышения эффективности системы управления персоналом торговых предприятий Украины должно стать совершенствование методов, технологий и процедур, применяемых в системе управления персоналом. На наш взгляд, их можно объединить в три подгруппы:

- методы формирования кадрового состава;
- методы поддержания работоспособности персонала;
- методы оптимизации кадрового потенциала и реорганизации.

Всеми этими методами в полной мере должен владеть не только грамотный менеджер по персоналу, но и руководитель предприятия.

Учитывая сказанное выше, эффективная система управления персоналом торгового предприятия будет представлять собой постепенный переход от одного этапа управления персоналом к другому (рис.).

Указанные структурные элементы составляют в совокупности целостную систему управления персоналом и нацелены на выполнение следующих фундаментальных функций: информационной, организационной и воспроизводственной.

Проведенное исследование показало, что система управления персоналом предприятий торговли Украины сегодня претерпевает кардинальные изменения. Если для стран с развитой рыночной экономикой в системе управления персоналом сформировалась устойчивая ориентация на гуманистические ценности, то в Украине система управления персоналом как значимое направление экономики стала развиваться сравнительно недавно. Поэтому для большинства украинских предприятий торговли актуальным сегодня должно стать освоение всех форм и технологий в системе управления персоналом, выработанных в развитых странах и приспособленных к рыночным условиям Украины.

Для предприятий торговли, функционирующих в условиях нестабильности и динамизма внешней среды, важнейшей задачей является разработка и реализация управленческого инструментария (относящегося к человеческим ресурсам предприятия), адекватного их ресурсным возможностям, целям и задачам. При этом совершенствование управления персоналом должно предполагать взаимосвязанное использование методологии управления персоналом. Необходимо внутри каждого предприятия разработать мероприятия по совершенствованию системы управления персоналом с учетом особенностей деятельности этих предприятий, а также их размера.

Считаем, что совершенствование системы управления персоналом на предприятиях торговли должно осуществляться по таким направлениям:

- использование многоуровневого подхода при подборе персонала;
- отбор кадров на конкурсной основе;
- создание комиссий по проведению аттестации;
- совершенствование системы вознаграждения работников;

- предоставление работникам возможности обучения в ведущих учебных заведениях страны, организация поездок за границу для изучения основ своей деятельности;
- обучение работников внутри предприятия.

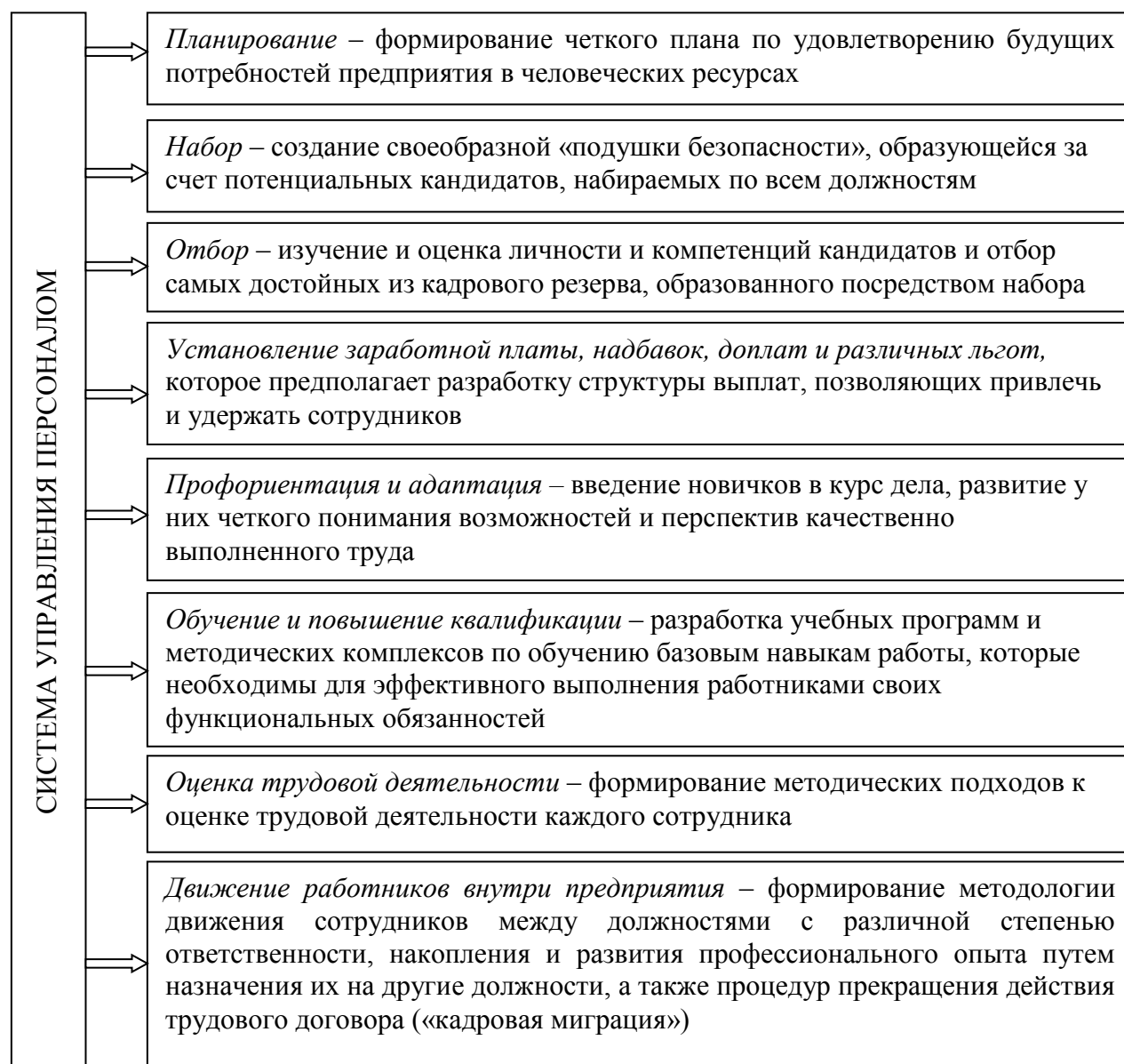


Рис. Система управления персоналом торгового предприятия

Таким образом, перечисленные рекомендации по совершенствованию системы управления персоналом не только способствуют улучшению условий труда работников, но и в долгосрочной перспективе позволят предприятиям развиваться более успешно. Эффективность деятельности предприятий торговли будет зависеть от конкретных людей, их знаний, компетентности, квалификации, дисциплины, мотиваций, способности решать проблемы, восприимчивости к обучению.

Литература

1. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом: учебник. М. : ИНФРА-М, 2011. 304 с.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. М. : Дело. 2010. 566 с.
3. Сланченко Л. И. Совершенствование системы управления персоналом как необходимое условие успешного функционирования предприятия и фактор повышения его конкурентоспособности // Общество, политика, экономика, право. 2013. № 2. С. 42-45.
4. Управление персоналом: учебник для вузов / Под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ЮНИТИ, 2010. 560 с.

УДК 331.2

*Заусова Н.В.**Zausova N.V.*

**ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА
НА ПРИНЦИПАХ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА –
МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА**

**FORMATION OF THE REMUNERATION SYSTEM ON THE PRINCIPLES
OF SOCIAL PARTNERSHIP – A MECHANISM FOR INCREASING STAFF LOYALTY**

В статье рассматриваются проблемы повышения лояльности персонала компании посредством формирования эффективной системы вознаграждения с помощью соблюдения принципов системы социального партнерства. Рассматриваемый механизм в свою очередь приводит к повышению производительности труда, к достижению долгосрочных целей и результатов, повышению конкурентоспособности предприятия на внешнем рынке.

The article deals with the problem of increasing the employee loyalty by creating an effective remuneration system using the principles of social partnership. The mechanism under consideration, in its turn, leads to higher productivity, achievement of long-term goals and results and improvement of the competitiveness of enterprises in the foreign market.

Ключевые слова: персонал, лояльность персонала, социальное партнерство, заработная плата, система вознаграждения.

Key words: staff, staff loyalty, social partnership, salary, remuneration system.

С помощью формирования эффективной системы вознаграждения можно стимулировать внутриорганизационное поведение персонала компании. Разработка, внедрение и последующий анализ основных направлений, форм и методов совершенствования системы мотивации должны составлять основу управления вознаграждением персонала с целью достижения устойчивой результативности в производственной деятельности организации.

Каждая организация вправе самостоятельно определять наиболее эффективные методы стимулирования необходимых форм внутриорганизационного поведения персонала на основе развития его личностных и профессиональных компетенций в целях повышения конкурентоспособности компании. Внутриорганизационное поведение персонала характеризуется упорядоченной совокупностью компетентных действий и целесообразных взаимодействий работников организации, направленных на решение, обеспечение, обслуживание ее целей и задач, отражающих социальную значимость и полезность данной организации.

Эффективность деятельности сотрудников определяется не только условиями их труда, рабочей обстановкой и другими материальными факторами, но также их отношением к работе, степенью удовлетворенности результатами своего труда.

Управление вознаграждением должно стимулировать конструктивное поведение сотрудников, способствовать построению межличностных коммуникаций в организации на принципах партнерства и взаимопонимания. Управляющее воздействие будет более результативным, если методы управления будут формировать в коллективе положительный социально-психологический климат, что позволит решить организационные и экономические задачи и приведет к получению заданного результата.

Одной из форм проявления внутриорганизационного поведения персонала является лояльность сотрудников, которая имеет большое влияние на стабильность работы компании. Организационная лояльность персонала оказывает воздействие на эффективность функционирования производственного процесса и во многом определяется факторами, влияющими на производительное поведение персонала, такими как благонадежность, текучесть, качественная работоспособность. Лояльные сотрудники нацелены на проявление инициативы, повышение производительности труда, решение проблемных вопросов, характеризуются готовностью к обучению и развитию.

В данной связи поддержание, развитие и повышение лояльности как во взаимоотношениях между сотрудниками, так и с организацией в целом является одним из ключевых моментов в управлении персоналом, что в конечном итоге способствует повышению конкурентоспособности и процветанию компании.

Немаловажным фактором, влияющим на уровень организационной лояльности, является существующая в данной компании организационная культура. Таковую целесообразно ориентировать на вовлеченность сотрудников в жизнедеятельность компании, обеспечение принципов справедливости в выполнении всех процессов и процедур, протекающих в организации.

Высокий уровень лояльности персонала характерен для компаний со сбалансированной организационной культурой, ориентированной на поддержание стабильности, коллективизма, уважения, верности и ответственности. Влияние на отношение сотрудников к своей компании оказывает наличие у персонала четкого представления о своей роли, статусе и возможном личном влиянии в компании.

Важными условиями для длительных отношений с компанией у сотрудников являются стабильность и предсказуемость ее управляющего звена, способствующая повышению организационной лояльности.

Лояльность сотрудников может достигаться с помощью их организационного развития, обучения и, что особенно важно, делегирования персоналу ряда полномочий.

Известно, что наименьшая удовлетворенность у сотрудников существует в отношении заработной платы. Поэтому важным фактором, формирующим лояльность персонала, является сбалансированная и справедливая система вознаграждения персонала. Грамотно выстроенная система вознаграждения, обеспечение социальной защищенности персонала, создание достойных условий труда являются определяющими факторами в получении конкурентного преимущества компании на рынке труда [2].

Ключевым моментом для успешного формирования лояльности является удачный синтез применяемых в политике вознаграждения методов как материального, так и морального стимулирования персонала, а также использование обратной связи, позволяющей сотрудникам донести до руководства свое мнение об эффективности менеджмента и общей политики организации.

Управление вознаграждением связано с формированием и внедрением стратегии и политики организации, целью которых является справедливое, объективное и последовательное вознаграждение сотрудников в соответствии с их значимостью для организации и вкладом в реализацию ее стратегических задач. Поэтому необходимо внедрять такие методы и процедуры стимулирования, которые будут способствовать удовлетворению потребностей всех участников процесса: как отдельных сотрудников, так и предприятия в целом [1].

Если методы построения получаемого сотрудниками вознаграждения коррелируются с тем, что компания ценит, и она готова платить сотрудникам, создающим ценности, поощряя при этом не только непосредственно производственные результаты, но и поведение сотрудников, подтверждая тем самым их значимость для компании, то такая система не только мотивирует сотрудников, обеспечивая их лояльность и вовлеченность в

деятельность организации, но и способствует привлечению и удержанию высококлассных специалистов, необходимых предприятию.

Система вознаграждения компании должна применять такие стимулы, которые будут воздействовать на персонал, вызывать у него заинтересованность в определенном трудовом поведении, повышать его лояльность компании и тем самым удовлетворять его потребности посредством предоставления набора некоторых необходимых ему благ.

Одним из вариантов является дополнительное стимулирование в форме социальных программ, которые прямо или косвенно увеличивают заработную плату [3].

Однако следует отметить, что величина заработной платы, всевозможные бенефиты, которые может предоставить компания своему персоналу, возможны лишь при благоприятном финансовом положении компании.

Формирование эффективной системы оплаты труда находится в зависимости и от внешних факторов, таких как:

- государственная политика в сфере труда и занятости (законодательство в области доходов и налогообложения);
- генеральные, отраслевые, территориальные, коллективные и индивидуальные договоры и соглашения в сфере оплаты труда;
- условия на рынке труда (действия фирм-конкурентов, недостаток или избыток работников определенной квалификации) [3].

Если заработная плата вызывает заинтересованность работников в ее получении в процессе трудовой деятельности, а величина ее связана с результатами работы, то такая система оплаты будет стимулировать эффективное производительное поведение персонала в процессе выполнения им своих должностных обязанностей.

Чтобы исключить риски, связанные с недовольством персонала системой вознаграждения компании, необходимо управлять системой вознаграждения, используя принципы социального партнерства.

В данном случае социальное партнерство рассматривается как двусторонние отношения между представителями работников и работодателем (работодателями, представителями работодателей) [4].

Как известно, основным принципом социального партнерства является равноправие сторон. Каждая из сторон может выступить инициатором коллективных переговоров, предложить тот или иной вопрос для обсуждения и отражения в коллективном договоре, соглашении, уважая и учитывая интересы другой стороны.

Представители работников и работодателей участвуют в коллективных переговорах по подготовке, заключению и изменению коллективного договора, соглашения и имеют право проявлять инициативу по проведению таких переговоров.

Социально-экономические отношения, складывающиеся между работниками и работодателями по поводу оплаты труда, обеспечения благоприятных условий труда, внешне принимают определенную правовую форму (консультации, обмен мнениями, выработка совместных рекомендаций, взаимное предоставление информации, заключение соглашений и т. д.), которая между указанными субъектами затем юридически оформляется в локальный нормативный документ, отвечающий своему экономическому содержанию и назначению. Очевидно, что достижение согласия по различным аспектам трудовой деятельности возможно лишь на основе заинтересованности всех участников – субъектов трудовых отношений. Внедрение принципов социального партнерства в трудовые отношения в производственных коллективах и в управление этими отношениями оказывает существенное влияние как на оптимизацию принятия управленческих решений, так и на состояние социальной стабильности.

Приоритетной формой реальных отношений между трудовыми коллективами и работодателями должны быть отношения, которые строятся на принципах социального партнерства, реальной нормой отношений между указанными субъектами должен быть

соответственно цивилизованный диалог, а не напряженность и конфликт, находящие разрешение посредством апелляции к силе. В настоящее время социальный климат в обществе способствует тому, что партнерство работников, собственников и государства формируется на должном уровне. Это стабилизирует отношения в сфере управления производством и стимулирует стремление к партнерству.

Отсутствие же прогресса в области достижения социального партнерства работников и работодателей выступает, безусловно, дестабилизирующим фактором, расшатывающим ситуацию в обществе. Оно негативно сказывается и на развитии производства. Одним из наиболее негативных социальных эффектов такого положения дел является рост напряженности между имущими и неимущими, их взаимное отчуждение.

Формирование адекватной времени и ситуации системы управления трудовыми коллективами, которая бы основывалась на реализации принципов социального партнерства, может происходить только при условии заинтересованности всех субъектов трудовых отношений. Повышению заинтересованности способствует законодательное определение и расширение их функций, а главное – практическое вовлечение в постоянный диалог, направленный на решение актуальных проблем трудовых отношений в данном случае на предприятии в целом.

Анализ взаимодействия сторон социального партнерства, выработка предложений по практическому обеспечению баланса интересов работников и работодателей играет существенную роль в повышении лояльности персонала своей компании.

Трудовой коллектив, являясь специфической вовлеченной в социальное и производственное взаимодействие группой, в структуре современного общества приобретает характеристики не только базовой экономической, но и социальной структурной единицы, внутри которой осуществляются важнейшие для человека функции самореализации, коммуникации, творчества и поддержания индивидуальной автономии, и, следовательно, принципиальной значимостью обладает создание атмосферы социального партнерства работников и субъекта управления.

Многие работодатели заинтересованы в выстраивании отношений с наемными работниками в сфере совершенствования оплаты труда на партнерской основе.

Структура индивидуальных и коллективных мотиваций трудового поведения представляет собой мобильное образование, способное к определенным изменениям в соотношении приоритетов различных типов мотивов, ориентированное на развитие партнерских отношений, поощрение творческой инициативы работника и формирование в мотивационной структуре доминирования внеэкономических мотиваций к труду.

Главенствующей идеей современного менеджмента в области стимулирования труда является, на наш взгляд, система социального партнерства. Она предполагает качественно иные отношения предпринимателя с наемными работниками, которые становятся все более активными и творческими участниками производственного процесса.

Важным документом, регламентирующим трудовые отношения в конкретной организации, является коллективный договор. Данный документ выражает интересы работников и работодателей. Условия и нормы, прописанные в коллективном договоре, являются обязательными как для работников, так и для работодателей [4].

В процессе разработки коллективного договора на основе коллективных переговоров происходит согласование сторонами его содержания и структуры. В него включаются взаимные обязательства работников и работодателей по всем трудовым отношениям к конкретной организации: система оплаты труда; выплата пособий, компенсаций; социальные программы организации; режим труда и отдыха; программы развития персонала; охрана труда персонала и многое другое.

В целом, все вопросы, которые обсуждались на стадии разработки желательно с учетом мнения всего коллектива работников и работодателей, исходя из общего финансового положения предприятия, могут быть закреплены в коллективном договоре.

Все коллективные переговоры на стадии разработки коллективного договора строятся в соответствии с принципами равенства, недопустимости ущемления законных прав кого-либо из участников переговоров, доверия, недопущения конфронтации, открытости, строгого соблюдения принципов полемики, дискуссии, критики позиции, а не личности партнера, завершения переговоров договоренностью.

Все эти принципы социального партнерства востребованы и способствуют формированию качественных социально-трудовых отношений.

Коллективный договор, разработанный на принципах партнерства с учетом интересов всех действующих сторон, ведет к устранению конфронтации, установлению социального мира в организации и повышению лояльности персонала.

Главным сегодня является постепенное, но неуклонное внедрение принципа партнерства в управленческой практике организации.

Таким образом, эффективная, справедливая и сбалансированная система вознаграждения персонала, выработанная с применением принципов социального партнерства, способствует формированию благоприятных условий труда и повышает лояльность персонала. Лояльность выражается в желании работать эффективно, содействовать достижению основных целей компании. То есть кадровая политика, нацеленная на повышение лояльности, будет способствовать повышению производительности труда персонала компании, снятию социальной напряженности в коллективе и предотвращению трудовых конфликтов.

Литература

1. Армстронг М., Стивенс Т. Оплата труда. Практическое руководство по построению оптимальной системы оплаты труда и вознаграждения персонала. Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. 512 с.
2. Барков С. А. Социология организаций. М. : МГУ, 2004. 288 с.
3. Одегов Ю. Г. Управление персоналом в структурно-логических схемах : учеб. М. : Академический Проект, 2005. 1088 с.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации. М. : Омега-Л, 2013. 203 с.

УДК 331.108.3:658.012.4

Казакова М.И., Казаков А.М.
Kazakova M.I., Kazakov A.M.

ВЫБОР ПУТИ ДИСТАНЦИОННОГО НАЙМА СОТРУДНИКОВ

CHOICE OF THE WAY OF REMOTE HIRING OF EMPLOYEES

В статье рассматриваются возможные пути дистанционного найма и отбора сотрудников массовых специальностей в организации с филиалами в различных регионах страны. Анализируются организационные и экономические характеристики деятельности рекрутеров и менеджеров по персоналу. Обосновывается вывод о том, что выбор пути дистанционного найма сотрудников зависит от четкой регламентации данной деятельности и объема вакансий.

In the article the possible ways of remote hiring and selection of employees of mass specialties in organizations with branches in various regions of the country are considered. Organizational and economic characteristics recruiters' and HR managers' activity are analyzed. The conclusion is the choice of a way of employee remote hiring depends on an accurate regulation of this activity and volume of vacancies.

Ключевые слова: дистанционный найм, рекрутер, менеджер по персоналу, анализ.

Key words: remote hiring, recruiter, HR manager, analysis.

Пространственная экспансия компаний осуществляется посредством открытия своих представительств и филиалов в регионах. В этом случае процесс найма и отбора персонала ведётся дистанционно при помощи рекрутинговых агентств или собственными силами из головного офиса, так как не каждый работодатель имеет финансовую возможность нанимать в штат каждого подразделения менеджера по персоналу. Дистанционный найм – это найм и отбор специалистов головной компанией для её филиалов и представительств в регионах собственными силами или с привлечением посредников. Одной из компаний, для которых проблема дистанционного найма и отбора персонала особенно актуальна на данный момент, является ООО «Урал-Пресс», так как оно осуществляет ежедневную доставку периодических печатных изданий в более чем 100 городах Российской Федерации, активно открывает новые филиалы в регионах, что влечёт за собой увеличение численности персонала.

Ответить на вопрос «Какой из путей дистанционного найма и отбора специалистов является наиболее эффективным?» позволяет комплексный анализ организационных и экономических характеристик деятельности рекрутеров агентств и менеджеров по персоналу ООО «Урал-Пресс».

Сравнительный анализ организационных характеристик работы рекрутеров агентств и менеджеров по персоналу компании «Урал-Пресс» представлен в таблице.

Анализ организационных характеристик деятельности по найму сотрудников позволяет сделать вывод о том, что менеджеры по персоналу работают в более сложных условиях, выполняя ту же работу, что и рекрутеры.

Во-первых, степень ответственности значительно больше, так как менеджер по персоналу является для руководителя (заказчика) не только исполнителем и консультантом по найму и отбору, но и коллегой, носителем корпоративной культуры.

Во-вторых, оплата услуг по найму и отбору для менеджеров по персоналу является гораздо более низкой по сравнению с оплатой труда рекрутера и не может быть увеличена

при изменении условий внешней среды организации, например, «кадрового голода» на рынке труда.

В-третьих, коммуникации с внутренним заказчиком требуют гораздо большего количества времени и внимания, так как он, являясь сотрудником этой же компании, как правило, более требователен и может форсировать работу над вакансией.

Таблица

**Сравнительный анализ организационных характеристик
работы рекрутеров и менеджеров по персоналу**

Сотрудники рекрутингового агентства	Менеджеры по персоналу компаний «Урал-Пресс»
Ведут подбор постоянного персонала, предоставляют временный персонал, выводят персонал за штат, а также предоставляют целый комплекс иных услуг по подбору.	Ведут подбор только постоянного персонала.
Стоимость услуг по подбору персонала каждого проекта согласовывается индивидуально, исходя из требований и пожеланий компании-клиента и ситуации на рынке труда на момент поиска и подбора специалиста. Обычно стоимость услуг варьируется от величины месячного дохода искомого сотрудника до 25% от его годового дохода.	Стоимость услуг по подбору каждого специалиста является фиксированной, независимо от требований и пожеланий внутреннего заказчика и ситуации на рынке труда на момент поиска и подбора специалиста. Стоимость услуг не зависит от размера заработной платы сотрудника. Устанавливается индивидуально в соответствии с количеством временных затрат на одну вакансию.
На каждого подобранного кандидата предоставляется однократная гарантийная замена в срок от 90 до 180 дней.	На каждого подобранного кандидата предоставляется гарантийная замена в срок от 90 до 180 дней. Замена может производиться неоднократно.
Подбор и поиск кандидатов ведётся с применением различных технологий: head hunting, executive search, middle selection.	Менеджеры по персоналу преимущественно используют технологию рекрутинга.
Дополнительные методы оценки применяются по желанию заказчика (например, тестирование на проявление профессиональных качеств и психологические тестирования, проверка рекомендаций с предыдущих мест работы).	Тестирование и проверка рекомендаций с предыдущих мест работы являются обязательной процедурой.
Процесс взаимодействия с заказчиком документирован: в большинстве случаев включает в себя договор на оказание услуг, анкету-заявку, акт о проведении собеседований (подписывается заказчиком после каждого собеседования с кандидатом от рекрутингового агентства).	Процесс взаимодействия с заказчиком не зафиксирован ни одним документом, кроме заявки на подбор. Все корректировки и пожелания заказчика принимаются в виде устных комментариев.

Продолжение таблицы

Рекрутинговое агентство может отказаться от работы над заявкой по объективным причинам.	Менеджер по персоналу не может отказаться от работы над заявкой заказчика даже по объективным причинам, таким как, например, отсутствие кандидатов на рынке труда в данный момент. В каждом конкретном случае заказчик, обсудив с менеджером по персоналу возможные пути решения проблемы, как правило, меняет требования к кандидату в заявке на подбор.
Рекрутер, как правило, не принимает участия в принятии окончательного решения по одной из кандидатур. Его советы носят консультационный характер.	Менеджер по персоналу всегда принимает участие в принятии окончательного решения по найму одного из кандидатов. У него есть полномочия отклонить кандидатуру сотрудника, несмотря на готовность заказчика принять положительное решение.
Рекрутер не принимает участия в трудоустройстве кандидата.	Менеджер по персоналу занимается оформлением документов на приём нового сотрудника, если тот принимается на работу в это же подразделение.
Предоставляют отчёт внешнему заказчику о проделанной работе.	Предоставляют отчёт внутреннему заказчику о проделанной работе.
Оплата производится в день выхода кандидата на работу.	
Работают практически с любыми позициями во многих отраслях рынка.	

Также работа менеджера по персоналу не является документированной, в результате чего бывает сложно отследить изменения в требованиях заказчика. Так, довольно часто случаются ситуации, когда заказчик меняет свои требования после собеседований с 2–3 кандидатами и видение будущего сотрудника становится совершенно другим, а менеджер по персоналу продолжает работать по первоначальной заявке.

Данный анализ позволяет сделать вывод о необходимости внутреннего документа – «Регламента дистанционного найма персонала», который подробно описывает технологию найма и отбора сотрудников в компанию.

Экономическая характеристика деятельности рекрутеров и менеджеров по персоналу может быть представлена стоимостью найма новых сотрудников.

Для иллюстрации стоимость найма новых сотрудников (СН) можно рассчитать по упрощённой формуле:

$$СН = РР + (ЗР + 13 \%) + РС + ОА,$$

где СН – стоимость найма;

РР – расходы на рекламные объявления о вакансиях компании в СМИ;

ЗР – затраты на зарплату менеджерам по персоналу;

13% – косвенные и непредвиденные расходы (оплата Интернета, увеличение стоимости размещения объявлений о вакансиях и другие);

РС – расходы на размещение информации о вакансиях на специальных сайтах;

ОА – оплата услуг рекрутингового агентства (если привлекали).

Примерный расчёт стоимости найма специалистов с использованием услуг рекрутингового агентства.

Допустим, что:

РР = 10 000 руб.;

ЗР = 2 160 000 руб. (30 000 руб. x 6 чел. x 12 месяцев);

РС = 280 000 руб.;

ОА = 1 600 000 руб. (на закрытие 200 вакансий с зарплатой в 8000 руб.).

Стоимость найма 200 сотрудников с услугами рекрутингового агентства составит:
10 000 руб. + (2 160 000 руб. + 13 % = 2 440 800 руб.) + 280 000 руб. + 1 600 000 руб. =
= 4 330 800 руб.

Стоимость найма одного сотрудника составит:

4 330 800 руб. / 200 вакансий = 21 654 руб.

При найме менеджерами по персоналу организации без услуг рекрутингового агентства:

РР = 10 000 руб.;

ЗР = 2 160 000 руб. (30 000 руб. х 6 чел. х 12 месяцев);

РС = 280 000 руб.

Стоимость найма 200 сотрудников без услуг рекрутингового агентства составит:

10 000 руб. + (2 160 000 руб. + 13 % = 2 440 800 руб.) + 280 000 руб. = 2 730 800 руб.

Стоимость найма одного сотрудника составит:

2 730 800 руб. / 200 вакансий = 13 654 руб.

Расчёты позволяют сделать вывод о том, что в случае отсутствия роста заработной платы менеджеров по персоналу при закрытии большого количества вакансий массовых специальностей использование услуг рекрутинговых агентств организациями, развивающими филиальную сеть, экономически нецелесообразно (2 730 800 руб. – 4 330 800 руб. = –1 600 000 руб.).

Таким образом, проведённый анализ организационных и экономических характеристик деятельности менеджеров по персоналу показывает, что выбор пути дистанционного найма сотрудников зависит от чёткой регламентации и стимулирования данной деятельности и объёма вакансий.

УДК 331.101:658.3

Кауфман Н.Ю.
Kaufman N.Yu.

РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

THE ROLE OF HUMAN CAPITAL IN MODERN ORGANIZATIONS

Для правильной организации работы с людьми в компании следует определиться с теми правилами, принципами и закономерностями, которые регулируют эту область деятельности. Процесс замещения физического и природного капиталов человеческим капиталом в национальных богатствах развитых стран, преобладание объемов инвестиций в человеческий капитал над инвестициями в физический капитал – характерные и преобладающие процессы второй половины XX и начала XXI веков для развитых, а также быстро развивающихся стран мира.

For the proper organization of work with people it is necessary to define the rules, principles and laws regulating this activity in the company. The process of replacing the physical and natural capitals to the human capital in the national wealth of the developing countries and the overwhelming predominance of investment in the human capital over investment in the physical capital are typical and prevalent processes in the second half of the twentieth and the beginning twenty-first centuries in rapidly developing countries of the world.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, человеческий капитал, инвестиции.

Key words: human resources, human capital, investment.

В двадцатом столетии произошло большое количество изменений и свершений во всех областях человеческой жизни: политической, экономической, технологической, социальной, психологической, – что способствовало смене устоявшихся веками представлений и отношений.

Особенно значительные изменения произошли в сфере технологий. В конце XIX – начале XX в. нововведения были связаны с появлением телефонов, новых видов транспорта, кино, а в конце XX столетия – с микроэлектроникой, компьютерами, электронными коммуникациями, виртуальной реальностью, биотехнологией и тому подобными радикальными инновациями. Во второй половине XX столетия количество технологических изменений перешло в качество, и это ознаменовало начало новой эры мирового развития – информационной, выдвинувшей на первое место знание и человека как его носителя. Они и являются главными источниками богатства, позволяя создавать и использовать новые виды прогрессивных технологий и обеспечивать дальнейшее развитие общества.

Существенные модификации коснулись управления организациями, обозначив ключевыми факторами успеха в менеджменте организаций нематериальные виды активов, такие как знания и умения каждого сотрудника, увеличение полномочий работников, мотивирование их труда и непрерывное обучение [4].

В 1980-х годах стали активно развиваться исследования интеллектуального капитала организации. Это было связано с появлением большого количества компаний, которые производили сложную интеллектуальную продукцию и услуги, что привело к необходимости объективной оценки их стоимости при продажах, покупках, выпуске акций и т. д. Главным источником производства основной продукции таких организаций являются люди: эксперты, специалисты, носители уникального опыта и компетенций.

Роль человеческих ресурсов рассматривалась в теории человеческого капитала Т. Шульцом и Г. Беккером. Г. Беккер считал, что человеческий капитал – это имеющийся у каждого запас знаний, навыков, мотиваций, составляющий форму капитала и являющийся источником будущих заработков и частью человека.

На практике особое значение имеют следующие положения этой теории: выделение «капитальных», инвестиционных аспектов в анализе и развитии рынка труда; переход от текущих показателей к показателям, охватывающим весь жизненный цикл работников (например, к таким, как пожизненные заработки); признание человеческого времени ключевым экономическим ресурсом.

По мнению исследователей, от человеческого капитала отдача выше, чем от физического капитала, так как он со временем может повышать свою эффективность. Ощутимыми вложениями в него является профессиональный опыт и поиск информации, географическая мобильность и охрана здоровья. Поэтому работники от приобретения знаний и навыков, имеющих экономическую ценность, становятся капиталистами [5].

Сегодня через экономику знаний осуществляется процесс перехода к новой экономике. Роль специалистов по управлению персоналом изменяется, так как знания и нематериальные активы во всем мире являются главным источником конкурентного преимущества, а человеческий капитал играет особую роль в составе нематериальных активов.

Чем эффективнее социально-экономическая политика и управление, тем успешнее экономическое развитие государства. Разрабатываются новые подходы и механизмы для реализации социально-экономической политики, в связи с чем возникает необходимость в развитии уже имеющихся концепций человеческого и социального капитала.

Человеческий капитал с физическим и финансовым капиталом объединяет тот факт, что владение любым из капиталов приносит определенный доход. Например, владелец финансового капитала получает проценты или дивиденды, владелец физического капитала может получить доход за счет сдачи в аренду принадлежащего ему оборудования, владелец человеческого капитала – за счет его особых знаний, умений (например, художник получает гонорар за свои произведения).

Следовательно, оценить капитал возможно с позиции эффективности капиталообразования. Разработчик теории интеллектуального капитала Дж. Тобин предлагал рассчитывать коэффициент использования интеллектуального капитала как отношение рыночной стоимости актива к его восстановительной стоимости.

Инвестиции в человеческий капитал – это не только затраты, наращивающие человеческий капитал, но и расходы, связанные с миграцией и поиском работы, которые способствуют реализации человеческого капитала на рынке труда и увеличению доходов работника. Не только сотрудники, но и организации инвестируют в человеческий капитал, т. к. квалифицированные и грамотные сотрудники являются главным фактором для повышения их эффективности и конкурентоспособности.

Человеческий капитал работника как актив является собственностью организации, совокупность всех трудящихся в организации работников рассматривается как ее человеческий капитал. Масштабы зависят от ряда факторов: способностей, трудового и жизненного опыта сотрудников, уровня их образования и квалификации, мотивации к работе и повышению квалификации, физического здоровья, затрат организации на обучение и воспитание персонала, подбор кадров и т. д. Накопленный потенциал корпоративной культуры и внутрифирменных традиций, являясь активом компании и одним из компонентов ее человеческого капитала, способствует повышению конкурентоспособности организации в будущем.

Часть человеческого капитала создается через развитие социальных сетей и отношения, которые формируются при взаимодействии сотрудников друг с другом, через взаимный обмен информацией, т. к. его накопление напрямую связано с социальным

накоплением капитала. Социальный капитал состоит из информации, идей, доверия, кооперации, эмоциональной поддержки и требует к себе особого отношения, не только предопределяя успешность передачи знаний и информации в компании, но и непосредственно влияя на финансовые показатели ее деятельности [3].

Итак, под человеческим капиталом в экономике понимается постоянно формирующийся запас знаний, навыков, опыта, переработка и генерация новых знаний, способные создать добавленную стоимость, а также обеспечивающие конкурентные преимущества организации на рынке труда.

Другими словами, несмотря на доступность знаний, в силу своих объективных характеристик относительно узкий круг людей может сконцентрировать в себе эффективный багаж знаний и информации [1].

Основной проблемой при изучении человеческого капитала является сложность его учета. В традиционной системе учета нет отличия между доходами человеческого капитала от зарплаты или смешанного дохода, то есть сложно разделить элементы труда и предпринимательства (доходы художников, предпринимателей, адвокатов, частнопрактикующих врачей и т. п.). Человеческий капитал складывается в ходе накопления у индивидуума особых знаний или умений в результате обучения или приобретения опыта в определенной сфере деятельности. Как правило, труд более квалифицированного или опытного работника оценивается выше, и этот избыток (то есть рента) и является доходом от человеческого капитала. Следовательно, мы все равно приходим к констатации проблемы редкости ресурсов, в данном случае – редкости людей, обладающих эксклюзивными полезными качествами, нужными для производственных процессов [3].

Специфические качества самого человека являются основным условием, позволяющим сделать доступным свой ресурс. Доказано, что коэффициент интеллекта (IQ), а также общая культура и достигнутый уровень знаний, характер сформировавшихся нравственных установок и потенциальных ценностей у представителей различных этнических групп населения как внутри, так и между странами имеет незначительные отличия. В формировании и развитии интеллектуальной активности такие составляющие являются неотъемлемым условием и становятся главными в системе функционирования и воспроизводства человеческого капитала.

Знания в человеческом капитале могут быть не задействованы, поэтому для перевода их в действующий человеческий капитал необходимы определенные усилия на преобразование незадействованного человеческого капитала в практически значимые для предприятия трудовые навыки персонала. Следовательно, знания, полученные в процессе обучения, должны подкрепляться практическим опытом на производстве и, являясь нематериальными благами, нуждаются в преобразовании в действующий капитал. Данный процесс двусторонний: с одной стороны, знания и желание самого человека возникают, если его доходы увеличиваются, с другой, – существуют условия, которые обеспечивают реализацию знаний и желаний индивида перевести их в человеческий капитал. Таким образом, без конкретного применения в жизни знания недееспособны.

Необходимое инвестирование в человека является механизмом формирования человеческого капитала и способствует росту производительности труда и росту доходов сотрудника. Содействующие повышению производительности труда затраты можно рассматривать как инвестиции, которые осуществляют с тем расчетом, чтобы они многократно компенсировали более высокие прибыли в будущем.

Следовательно, инвестиции в человеческий капитал являются важным компонентом. К ним можно отнести инвестиции в обучение, повышение квалификации, расходы на здравоохранение, улучшение жилищных условий, способствующее восстановлению сил работника и усилению его умственной деятельности.

Перечисленные виды инвестиций способствуют использованию человеческого капитала, создают условия для качественной трудовой деятельности. Преумножение знаний и опыта содействует росту производительности капитала и воплощается в людях, но создает пролонгированный во времени эффект. Повышает уровень и увеличивает запас знаний, улучшая их качество, общее и специальное образование, но без полученных на производстве опыта и навыков знания не являются человеческим капиталом, однако на настоящий момент это важнейшая часть вложений в человеческий капитал.

Инвестиции в образование связаны с конкретным человеком, являясь единовременными затратами ресурсов, ведущими к повышению производительности труда в будущем. Данный вид инвестиций, по сравнению с инвестициями в другие формы капитала, является наиболее выгодным с точки зрения человека и общества в целом, принося достаточно значимый по объему и времени экономический и социальный эффект. Для предприятия инвестиции в человеческий капитал рискованны и значительны, т.к. они персонифицированы. С переходом работника на другую работу, где более благоприятные условия, человеческий капитал «уходит» вместе с ним.

Следовательно, значима роль мотивации, которая является исходным основанием и условием для инвестирования в человеческий капитал. Процесс формирования человеческого капитала носит развивающий характер: обновление человеческого капитала сопровождается развитием возможностей и способностей индивида с последующей их реализацией [2].

В настоящее время в компаниях человеческий капитал является составной частью интеллектуального капитала, который косвенно оценивается по удельному весу новых видов продуктов или услуг в соответствии с существующей градацией новизны. Считается, что 70–80% экономического роста происходит благодаря использованию новых знаний [7]. Интеллектуальный капитал в последние годы многие компании включают в оценку своей рыночной стоимости.

На российских предприятиях теория и практика управления знаниями спускается сверху вниз по иерархической лестнице. Поэтому система управления знаниями воспринимается сотрудниками организации как навязанная и неважная, а руководство не всегда считает необходимым доводить до работников цель внедрения этой системы и преимущества, которые она предоставит в будущем. Процессы, связанные с планированием и распространением знаний, созданием организационной культуры, особенно капитализация знаний, недостаточно развиты. Россия, по сравнению с США и Великобританией, в хозяйственный оборот включает около 1% результатов научно-технической деятельности (США и Великобритания – 70%) [6].

Руководители ведущих компаний всего мира понимают, что знания являются важным фактором выпуска высококачественной продукции или предоставления услуг и источником инноваций. Поэтому особенное значение имеет всесторонний анализ опыта управления знаниями, раскрытие возможностей применения новых организационных моделей и методов в практике работы российских организаций. Стратегия современного предприятия должна учитывать вопросы, связанные с управлением знаниями и интеллектуальным потенциалом работника, т. к. именно он создает ценность, необходимую потребителю.

Литература

1. Иноземцев В. Л. «Класс интеллектуалов» в постиндустриальном обществе // Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/5138> (дата обращения: 22.10.2014).
2. Овчинникова Т. И., Хорева М. Г. Человеческий капитал как фактор экономического роста современного предприятия. URL: <http://dis.ru/library/571/26014/> (дата обращения: 22.10.2014).

3. Рябых В. Н. Формирование и использование человеческого капитала в инновационной экономике. URL: <http://www.pandia.ru/text/77/210/85047.php> (дата обращения: 22.10.2014).
4. Управление знаниями в корпорациях / под ред. Б. З. Мильнера. М. : Дело, 2006. 304 с.
5. Чижов А. Н. Законы эффективного кадрового управления (и следствия из них). URL: <http://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=012938> (дата обращения: 22.10.2014).
6. Шевченко Р. О. Управление знаниями как функция деятельности организации. URL: <http://www.cfin.ru/press/management/> (дата обращения: 22.10.2014).
7. Faucheux S. Intellectual and knowledge capital for sustainable development at local, national, regional and global levels. URL: <http://www.eolss.net/E6-61-toc.aspx> (дата обращения: 22.01.2014).

УДК 331.103(470)

Кучеренко Г.Х., Чуланова О.Л.
Kucherenko G.H., Choulanova O.L.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

PROFESSIONAL STANDARDS: TRENDS, PROBLEMS AND PERSPECTIVES

В статье рассмотрены предпосылки для создания новой квалификационной системы в России, обозначена роль профессиональных стандартов в обеспечении потребностей работодателей.

The article presents some prerequisites for creation of the new qualifying system in Russia and the role of the professional standards in providing the employers' needs.

Ключевые слова: квалификационные справочники, профессиональные стандарты, профессиональная компетентность.

Key words: qualifying directories, professional standards, professional competence.

В настоящее время в России осуществляется масштабное обновление национальной системы квалификаций работников и формирование системы профессиональных стандартов, что затрагивает практически все отрасли российской экономики и социальной сферы. Действующая ныне квалификационная система в России основывается на применении Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих (далее – ЕТКС), Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих (далее – ЕКС), Общероссийского классификатора профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов, в котором содержится перечень официальных наименований профессий и должностей, существующих в различных отраслях экономики. Однако использование квалификационных справочников вызывает множество организационных, правовых, методических и прочих проблем, так как справочники постепенно устаревают, многих современных трудовых функций и даже профессий не имеется, либо их описание не соответствует действительности.

Ведущими компаниями в различных отраслях экономики России признана целесообразность использования компетентностного подхода в управлении персоналом организации. Существующая система квалификации в Российской Федерации не удовлетворяет потребностям работодателя в определении компетентности работника и соответственно не позволяет:

- использовать эффективные инструменты для оптимизации численности персонала;
- эффективно наделять трудовыми функциями и полномочиями работников;
- своевременно выявлять проблемы управления трудовыми коллективами;
- оптимально развивать персонал с экономической и качественной точки зрения и пр.

Модель компетенций представляет собой многофункциональный и практически универсальный инструмент управления персоналом, обеспечивающий координацию и согласование процессов подбора кадров, оценки, обучения и развития персонала в рамках системы стратегического управления. Модель позволяет напрямую связать систему управления персоналом с бизнес-целями организации. Внедрение моделей компетенций в

практику деятельности подразделений корпораций обеспечивает: повышение эффективности деятельности подразделения; получение информации о потенциале, в том числе мотивационном, персонала подразделения; обоснование управленческих решений в области кадровых перемещений [9; 10].

Необходимо также отметить, что современные ученые возлагают надежды на то, что профессиональные стандарты станут новым инструментом взаимодействия между рынком труда и системой образования. Так, исследователи и разработчики проектов профессиональных стандартов в области информационных технологий пришли к выводу, что профессиональные стандарты в ближайшее время должны стать основой образовательных стандартов и программ профессиональной подготовки кадров. Утверждается, что разработка профессиональных стандартов поможет состыковать потребности российского бизнеса и возможности учебных заведений в подготовке специалистов, что позволит рынку труда быстро адаптироваться к развивающейся экономике [6].

Именно этими причинами обусловлена потребность изменения действующей системы квалификаций, а точнее, замена ЕТКС и ЕКС системой профессиональных стандартов.

Отметим, что в целом стандартизация в современной действительности имеет глобальный характер. Существуют разные виды стандартов как по своей функциональности, так и по уровню ответственности или статусу, например, международные, межрегиональные (СНГ, ЕЭС и др.), национальные, отраслевые и пр. Внутри какой-либо системы стандартизации стандарты могут подразделяться по темам: стандарт качества, социальный стандарт, образовательный стандарт, экологический стандарт (Евро-1, Евро-2, Евро-3, Евро-4, Евро-5, Евро-6) и пр. В ряду важнейших для организаций находятся стандарты ИСО 9001 (9000, 9004) системы менеджмента качества. Согласно их требованиям, персонал, выполняющий работу, влияющую на соответствие продукции требованиям, должен быть компетентным на основе полученного образования, подготовки, навыков и опыта, а организация должна определять необходимую компетентность персонала, выполняющего работу, которая влияет на соответствие требованиям к качеству продукции, и, где это возможно, обеспечивать подготовку или предпринимать другие действия в целях достижения необходимой компетентности. Профессиональная компетентность персонала – это, во-первых, совокупность знаний, позволяющих судить о чем-либо со знанием дела; во-вторых, степень выраженности присущего работнику профессионального опыта применительно к конкретной должности; в-третьих, способность работника (менеджера, специалиста) правильно оценивать сложившуюся ситуацию, быстро принимать нужное решение и достигать значимого результата [8].

В последние годы большое распространение получили стандарты или рекомендации, разрабатываемые профессиональными организациями, такими как, например, консорциумы или ассоциации. Например, в 2007 году профессиональным сообществом Национальный союз кадровиков (далее – НСК) были разработаны и утверждены Стандарты профессиональной деятельности в области кадрового менеджмента [7]. За основу стандартов профессиональной деятельности в области кадрового менеджмента НСК взяты стандарты Европейской ассоциации по управлению персоналом (European Association For Personnel Management), членом которой стал и НСК. Формирование собственных стандартов профессиональной деятельности саморегулируемыми сообществами и организациями служит целям профессиональной самоидентификации специалистов конкретной профессии, развития профессионального дела, потенциала представителей профессии, а также способствует улучшению взаимодействия социальных партнеров сферы труда и образования для повышения качества подготовки специалистов и управления трудовыми ресурсами. Такой подход

позволяет использовать накопленный в мировой практике опыт, обеспечивая согласованность и сопоставимость с действующими стандартами, признанными на международном уровне.

7 мая 2012 года после вступления в должность В.В. Путин подписал ряд указов, определяющих основные направления развития государства в политической, социально-экономической, военной, научной, образовательной и других сферах. Разработка профессиональных стандартов стала задачей государственного масштаба, что нашло подтверждение в соответствующем Приказе Министерства труда и социальной защиты РФ от 30 ноября 2012 г. № 565 «Об утверждении плана-графика подготовки профессиональных стандартов в 2013–2014 годах». На федеральном уровне были созданы нормативные акты как база для формирования системы профессиональных стандартов, в том числе методические рекомендации по разработке профессионального стандарта (приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 29 апреля 2013 г. № 170н); определены 9 уровней квалификации, установлены показатели, характеризующие каждый уровень квалификации (полномочия и ответственность, характер умений и знаний), приведены параметры этих критериев (приложение к приказу Министерства труда и социальной защиты РФ от 12 апреля 2013 г. № 148н); определены основные принципы разработки профстандартов, предложен макет и пр. [3; 4; 5].

Также внесены изменения в Трудовой кодекс и статью 1 Федерального закона от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» [2]. Трудовой Кодекс РФ дополнен ст. 195-1, в которой были установлены понятия «квалификация работника» и «профессиональный стандарт». Под квалификацией работника понимается уровень знаний, умений, профессиональных навыков и опыта работы. Профессиональный стандарт – это характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности. Кроме того, Федеральный закон «О техническом регулировании» дополняется положением о том, что его действие не распространяется на профессиональные стандарты.

На официальном сайте Минтруда функционирует программно-аппаратный комплекс «Профессиональные стандарты», который предназначен для информирования всех заинтересованных организаций и граждан о разработке профессиональных стандартов. Всего к началу 2016 года намечено принять 800 профстандартов, а к 2017 году на профстандарты предполагается перейти во всех отраслях.

Главными потребителями новой системы профстандартов станут:

- работодатели при формировании кадровой политики и в управлении персоналом, при организации обучения и аттестации работников, разработке должностных инструкций, тарификации работ, присвоении тарифных разрядов работникам и установлении систем оплаты труда с учетом особенностей организации производства, труда и управления;

- образовательные организации при разработке профессиональных образовательных программ; при разработке в установленном порядке федеральных государственных образовательных стандартов профессионального образования.

В настоящее время работодатели активно принимают участие в обсуждении и разработке профессиональных стандартов, и это неудивительно, ведь масштабная кампания по введению профстандартов «сверху» вызывает больше вопросов, чем ответов, особенно в связи с одобрением законопроекта, обязывающего перейти на профессиональные стандарты государственные корпорации (бюджетные учреждения, унитарные предприятия и организации с государственным участием). Для коммерческих компаний стандарты носят рекомендательный характер.

Работодатели обсуждают вопросы, касающиеся не только создания профстандартов, но и их использования, которые, на наш взгляд, можно сгруппировать следующим образом:

1. Вопросы о возможности и способах использования профессиональных стандартов в процессах социально-экономической среды (например, трудовая деятельность, система управления персоналом, профессиональная подготовка), построенной на принципах компетентностной модели. Возможность интеграции действующих моделей компетенций на предприятиях либо частично применяемых в определенных функциональных блоках в области управления персоналом с установленными квалификационными требованиями профессиональных стандартов.

2. Обеспокоенность качеством профстандартов на фоне ускоренных темпов, хаотичности разработки и утверждения. Вопросы взаимосвязи профессиональных стандартов при пересечении близких по составу выполняемых трудовых функций, вопросы определения подуровней квалификации. Например, предполагается, что от уровня квалификации будет зависеть, как минимум, оплата труда и тарификация, не говоря уже о критериях оценки персонала при отборе, аттестации и прочем, однако в проектах профстандартов «Менеджер по управлению персоналом» и «Специалист по управлению персоналом (в области найма)» могут быть определены различные уровни квалификации (полномочия и ответственность, характер умений и знаний) по похожим трудовым функциям. Для корректного использования профстандартов на практике необходима группировка сквозных компетенций и трудовых функций между стандартами, применение единых методических подходов при разработке стандартов для сквозных профессий.

3. Механизмы актуализации содержания профессиональных стандартов: каким образом будет обеспечена гибкость и соответствие требованиям изменяющегося современного рынка труда и технологий.

В завершение можем отметить, что при разработке современной системы квалификаций во избежание национальной и отраслевой замкнутости необходим постоянный анализ эффективной отечественной и зарубежной практики по созданию профессиональных стандартов, систем оценки, сертификации и признания квалификаций [1]. Успешные зарубежные практики целесообразно рассматривать и признавать в случае, если они отвечают в целом интересам в развитии человеческих ресурсов страны.

Литература

1. Былков В. Г. Трансформация системы квалификаций на основе создания профессиональных стандартов // Известия ИГЭА. 2014. №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-sistemy-kvalifikatsiy-na-osnove-sozdaniya-professionalnyh-standartov> (дата обращения: 24.10.2014).

2. О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статью 1 Федерального закона «О техническом регулировании» : федер. закон Рос. Федерации от 3 дек. 2012 г. № 236-ФЗ [Электронный ресурс] : принят Гос. Думой 23 нояб. 2012 г. : одобр. Советом Федерации 28 нояб. 2012 г. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

3. Об утверждении методических рекомендаций по разработке профессионального стандарта [Электронный ресурс] : приказ Минтруда России №170н от 29 апреля 2013 г. // Банк документов. Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты. URL: <http://www.rosmintrud.ru/docs/mintrud/orders/104> (дата обращения: 28.10.2014).

4. Об утверждении плана-графика подготовки профессиональных стандартов в 2013-2014 годах [Электронный ресурс] : приказ Минтруда России №565 от 30 ноября 2012 г. // Банк документов. Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты. URL: <http://www.rosmintrud.ru/docs/mintrud/orders/2> (дата обращения: 28.10.2014).

5. Об утверждении уровней квалификации в целях разработки проектов профессиональных стандартов [Электронный ресурс] : приказ Минтруда России №148н от 12 апреля 2013 г. // Банк документов. Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты. URL: <http://www.rosmintrud.ru/docs/mintrud/orders/48> (дата обращения: 28.10.2014).

6. Профессиональный стандарт – ключевой элемент подготовки высококвалифицированных кадров / Гусева К. Ф., Путря М. Г., Кононов А. Н., Гумерова Г. И // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. 2014. №7. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/professionalnyy-standart-klyuchevoy-element-podgotovki-vysokokvalifitsirovannyh-kadrov> (дата обращения: 24.10.2014).

7. Система добровольной сертификации специалистов в области кадрового менеджмента // Официальный сайт Национального союза кадровиков. URL: <http://standards.kadrovik.ru/> (дата обращения: 27.10.2014).

8. Чуланова О. Л. Концепция компетентностного подхода в управлении персоналом // Наукovedение: Интернет-журнал. 2013. №5. URL: <http://naukovedenie.ru/sbornik6/4.pdf> (дата обращения: 27.10.2014).

9. Чуланова О. Л. Организационные и интеграционные риски при внедрении модели компетенций в управление персоналом корпораций // Портал конференций кафедры стратегии предпринимательства Киевского национального экономического университета имени Вадима Гетьмана. URL: http://conference.spkneu.org/business_strategy_2013/tezy/chulanova-oksana-leonydovna/ (дата обращения: 27.10.2014).

10. Чуланова О. Л. Управление персоналом на основе компетенций : монография. М. : ИНФРА-М, 2014. 122 с. URL: <http://www.znaniyum.com> (дата обращения: 27.10.2014).

УДК 331.1

Малахова Н.Н.
Malakhova N.N.

СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

SOCIAL AND LABOUR RELATIONS IN THE INNOVATION ECONOMY

В статье анализируются особенности трудовых отношений, складывающихся в инновационной экономике. Демонстрируется изменение требований к личностным качествам работника, рассматриваются позитивные и негативные последствия увеличения доли творческого компонента в трудовой деятельности, а также особенности новых форм организации трудовой деятельности и занятости.

The article analyzes the labour relations' peculiarities in the innovation economy. It demonstrates the changes of the requirements to the employees' personal qualities; discusses some positive and negative consequences as a result of labour creative component's increase; as well as describes the peculiarities of the labor and employment organization's new forms.

Ключевые слова: инновационная экономика, трудовая деятельность, социально-трудовые отношения, творчество.

Key words: innovation economy, innovation activity, social and labor relations, labour, creativity.

Вопросы, связанные с формированием инновационной экономики и анализом различных аспектов ее функционирования, являются сегодня широко освещаемыми, обсуждаемыми на разных уровнях, чрезвычайно популярными и актуальными. Столь пристальное внимание к инновационной проблематике обусловлено тем, что инновации рассматриваются в качестве основного двигателя экономического роста как на микро-, так и на макроэкономическом уровне. В масштабах глобального рынка вопрос успешности инновационной деятельности становится одним из важнейших факторов обеспечения конкурентоспособности государства, поскольку уровень развития инновационной сферы в большей степени, чем наличие и количество ресурсов, определяет сегодня место страны в мировой системе.

Одним из аспектов функционирования инновационной экономики являются социально-трудовые отношения, которые трансформируются под влиянием инновационного императива. Изменения происходят как на уровне требований, предъявляемых к качеству рабочей силы и ее характеристикам, так и на уровне организации трудовой деятельности. В основе этих изменений лежит усиление роли человеческого капитала в процессе производства и необходимость максимального использования творческого потенциала работников.

Экономика, основой которой было массовое фабричное производство, нуждалась в дисциплинированных исполнителях, обладающих четко очерченным кругом стандартизированных знаний, работниках, от которых требовалось совершение рутинных действий по раз и навсегда заданной схеме. Творчество в сфере производства если и было необходимо, то в относительно небольших количествах и, скорее, являлось функцией организатора производства, то есть предпринимателя, а не рядовых сотрудников. Особенности развития экономики в условиях исчерпания возможностей экстенсивного развития традиционных производств и отраслей и их функционирования в ситуации товарного перепроизводства и перепотребления детерминировали ее фундаментальную

зависимость от инноваций, что нашло отражение в определении современной экономики как инновационной. В инновационной экономике быстрая и эффективная замена старых технологий новыми, более результативными, становится не только возможной, но и необходимой, так же как и непрерывный выпуск новых товаров или новых модификаций уже существующих. Постоянные и быстрые изменения рыночной конъюнктуры, сами, по сути, являющиеся результатом стабильной инновационной деятельности, вынуждают предприятие в целях сохранения своих рыночных позиций, с одной стороны, все время заниматься разработкой новых товаров или модификаций уже выпускаемых, а с другой – постоянно модернизироваться, подстраиваясь под изменяющиеся условия. Кроме того, отличительной особенностью современной экономики является то, что «главными источниками прибыли – особенно большой прибыли и завтрашнего капитала – все больше становятся идеи, а не материальные объекты» [1, с. 163]. Все это делает не просто желаемым, но необходимым творческое отношение к труду со стороны всех без исключения участников трудового процесса. От работника, в частности, требуется наличие творческих способностей, или креативности, а от работодателя – поощрение и культивирование креативности всеми доступными способами. Более того, по мнению создателя концепции «креативного класса» Р. Флориды, поощрение и культивирование креативности становится задачей уже не только работодателя, но и самих сотрудников фирм, а также сообществ, где эти фирмы расположены [8, с. 7]. Задача развития творческих способностей работника ставится в качестве одной из первостепенных в рамках одного из направлений современного менеджмента – креативного менеджмента. По мнению Н.А. Горелова, одной из задач креативного менеджмента является повышение качества мышления и интеллектуально-креативное развитие человека, определение его потенциала и эффективной мотивации креативной деятельности; управление креативностью [2]. В общественном сознании формируются и, на наш взгляд, целенаправленно закрепляются определенные установки, касающиеся роли творчества в трудовой деятельности. А. Кармин называет их мифами (мифологемами) в силу их недоказуемости при кажущейся очевидности. К этим мифологемам относятся утверждения: «всякий труд есть творчество или во всяком труде есть место творчеству», «все люди рождаются творцами и стремятся заниматься творчеством» и «творчество всегда желательно и плоды его замечательны» [4]. Социальная роль работника, таким образом, начинает приобретать сущностные характеристики инновационной роли, которую, по определению П. Штомпки, отличает встроенность в ее структуру predispositions и prerogatives для проведения нормативных инноваций независимо от того, кто конкретно исполняет эту роль [11, с. 540–541]. Творческая способность в целом и способность к инновациям в частности становятся общественным ожиданием по отношению к работнику независимо от его индивидуальных, субъективных качеств.

Как правило, усиление творческого компонента в производственной деятельности оценивается однозначно позитивно, поскольку этот процесс рассматривается в качестве показателя гуманизации и социализации экономики, демонстрирует реализованную возможность сочетания объективных потребностей общества с интересами человека и развитием его творческой, созидательной активности. Творческая деятельность в процессе осуществления трудовых обязанностей рассматривается также как способ самореализации работника и преодоления им отчуждения труда, характерного для трудовой деятельности в капиталистическом обществе.

Однако хотелось бы обратить внимание и на ряд проблемных моментов.

Творческая активность, согласно исследованиям психологов, связана с изменением состояния сознания, психическим перенапряжением и истощением, что, в свою очередь, вызывает нарушения психической регуляции и поведения, а также может продуцировать психофизиологическое истощение и приводить к крайним эмоциональным состояниям [3, с. 175]. Для творческих людей характерны высокий уровень тревожности и плохая

адаптированность к социальной среде, поскольку собственное видение мира, оригинальное бесконтрольное мышление и поведение, как правило, сочетаются с ярко выраженной неконформистской позицией. Процесс целенаправленного повышения креативности, согласно гипотезе исследователя психологии креативности В.Н. Дружинина, имеет системный характер. Изменение креативных свойств индивидуума связано с воздействием на широкую область эмоционально-личностных свойств, и ограничить производимый эффект лишь сферой креативности, по-видимому, невозможно [3, с. 226]. Таким образом, всемерно стимулируя развитие креативности, работодатели рискуют получить асоциальных невротиков, с периодическими нарушениями регуляции и поведения.

Другой особенностью творческого процесса является то, что его зачастую трудно вписать в рамки традиционного рабочего времени. С одной стороны, творческие процессы отличает спонтанность, импульсивность, а значит, непредсказуемость. Основатель компании «Сони» Акио Морита сказал: «Я могу приказать рабочему прийти на работу в семь утра и работать производительно, но разве я могу велеть, чтобы ровно в семь моему инженеру пришла в голову удачная мысль?» [7, с. 89–90]. С другой стороны, творчество самодовлеюще и творческий процесс может завершиться, когда работник уже не находится на рабочем месте. Например, менеджеры отмечают, что ценность мозгового штурма состоит в том, что интересные решения рождаются у их участников не только во время самого «мозгового штурма», но и после его окончания: люди возвращаются с работы домой, а их мозг продолжает обрабатывать полученную информацию. Однако в таком случае работники придумывают идеи инновационных продуктов и технологий уже не в рабочее, а в свое свободное время, посвящая его не себе и своим близким, а организации, что, по сути, означает увеличение продолжительности рабочего дня. Самосовершенствование работников, например, овладение методиками стимулирования креативности, является другим способом расширения рабочего дня за счет латентного включения в его структуру части свободного времени. В результате, по справедливому замечанию П. Кондрашова, «происходит то, о чем так мечтали классические капиталисты, – увеличить рабочий день работника до его физических пределов!» [5, с. 202]. Работник, убежденный в том, что он, являясь творцом по своей природе, может и должен реализовывать свои творческие способности на рабочем месте и что любые плоды его творчества желательны и имеют позитивные последствия, по сути, представляет собой «золотую мечту» работодателя в современных условиях. Скорректировав его творческие устремления и направив их в нужное русло, работодатель может многократно увеличить свою прибыль. Главной наградой работника может оказаться возможность реализовать свои творческие устремления и удовлетворение потребности в самореализации. При этом не принимается во внимание, что далеко не все виды трудовой деятельности предполагают отклонение от стандартов, некоторые профессии подразумевают четкое следование образцу. Нельзя забывать, что основной целью инновационной деятельности является, согласно Й. Шумпетеру, увеличение прибыли, в том числе и за счет сокращения издержек, к которым относится и оплата труда работников. Может оказаться, что усовершенствование процесса производства как результат инновационной деятельности повлечет за собой сокращение работников, а значит, рост безработицы в масштабах общества.

Следующим проблемным моментом нам видится противоречие между требованиями к качеству рабочей силы, выдвигаемыми инновационной экономикой, и характеристиками рабочей силы, детерминированными особенностями функционирования инновационной экономики. Так, современный работник вынужден осуществлять свою деятельность в условиях быстрых изменений рыночной конъюнктуры, которые в определенной степени он же и провоцирует своей активной инновационной деятельностью. К. Нордстрем и Й. Риддерстрале в работе «Бизнес в стиле фанк» отмечают: «Инновационность означает конкуренцию с самим собой. Главное послание руководства

компаний в Силиконовой Долине своим отделам развития: «Сделайте устарелой свою собственную продукцию» [6, с. 221]. В связи с постоянными и быстрыми изменениями рыночной конъюнктуры работодателю необходим специалист, обладающий актуальными на сегодняшний день трудовыми навыками, а наличие фундаментальных знаний при этом зачастую не является обязательным. Для выполнения производственных функций работнику достаточно обладать четко ограниченным кругом знаний по определенному предмету, знаний, не отличающихся глубиной и, по сути, являющихся поверхностными. Недостающую необходимую информацию можно легко получить, используя Интернет, электронные справочники и т. п. Между тем отсутствие фундаментального уровня знаний лишает работников возможности их самостоятельного обновления, что, в свою очередь, препятствует повышению квалификации. Кроме того, такое качество знаний многократно уменьшает успешность требуемой обществом инновационной деятельности. Современные инновации, по признанию многих исследователей, рождаются на стыке дисциплин, носят междисциплинарный характер, а работник узкой специализации просто в силу ограниченности своих знаний не сможет выйти на междисциплинарный уровень мышления.

Необходимость включения в производственные процессы элементов творческой деятельности, противоположных им по своим сущностным характеристикам (творчество спонтанно, импульсивно, надситуативно, а производственная деятельность должна быть организованной, с прогнозируемыми результатами, поддаваться планированию и оценке с точки зрения экономической эффективности), приводит к трансформации традиционных форм организации трудовой деятельности. Так, по словам Р. Флориды, «график работы, корпоративные правила и форма одежды стали более либеральными, подчиняясь особенностям творческого процесса» [8, с. 7]. Получают широкое распространение гибкие, плюральные формы неполной занятости: ослабляется жесткость временного присутствия, создаются рассредоточенные отделы. Плюрализация рабочего времени и форм занятости объявляется необходимым критерием развитого на инновационных технологиях общества [10, с. 94]. Одной из форм занятости креативных работников становится фриланс, отличительной особенностью которого является найм работника только для выполнения определённого перечня работ без заключения долговременного договора с работодателем. Вопросы организации рабочего места и времени в этом случае решаются самим работником. Как правило, популяризация этой формы занятости сопровождается описанием ее достоинств, таких как возможность самостоятельно планировать трудовой распорядок, возможность неограниченного повышения уровня доходов, отсутствие необходимости каждый день присутствовать в офисе и т. п. Все эти особенности, с одной стороны, как нельзя лучше отвечают интересам творческих работников. С другой стороны, необходимо отметить, что в первую очередь подобные формы организации преследуют не интересы работника, а интересы работодателя, поскольку работодатель освобождается от всякого рода социальных обязательств перед работником. Кроме того, К. Кульман, автор книги «Echtleben» о своей креативной вольнонаёмной жизни, констатирует тот факт, что фрилансеры соглашались на более низкие гонорары, чем их коллеги, и раздаривают свои идеи, права и патенты [9]. Так, то, что получило название «трудовая модель будущего», обещавшая больше свободы, меньше иерархий и больше возможности самореализации, на самом деле не улучшает положение работника, предоставляя ему возможность творческого труда, а в социальном плане ухудшает его.

Таким образом, действие механизмов инновационной экономики влияет на изменение личностных качеств работников, трансформирует систему социально-трудовых отношений в сторону утилизации творческого потенциала человека через его подчинение капиталу, создает новые формы занятости, позволяющие работодателю максимально использовать творческий потенциал работника при минимуме социальных гарантий со своей стороны.

Литература

1. Бауман З. Текучая современность. СПб. : Питер, 2008. 240 с.
2. Горелов Н. А., Литун О. Н. Креативный менеджмент (менеджмент интеллектуально-креативной деятельности). Предмет, цели, задачи и структура курса // Креативная экономика. 2008. № 10 (22). С. 93–98.
3. Дружинин В. Н. Психология общих способностей. СПб. : Питер, 1999. 368 с.
4. Кармин А. С. Творчество как фердипюкс // Фундаментальные проблемы культурологии. Том V : Теория и методология современной культурологии / Отв. ред. Д. Л. Спивак. М., СПб. : Новый хронограф, Эйдос, 2009. С. 119–133.
5. Кондрашов П. Глобализация и развитие индивида // Свободная мысль. 2010. № 10. С. 193–206.
6. Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта. СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2003. 296 с.
7. Тоффлер Э., Тоффлер Х. Революционное богатство. М. : АСТ МОСКВА, 2008. 569 с.
8. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М. : Классика XXI, 2005. 328 с.
9. Хольгер М. Тэйлоризм 3.0 // liberadio : сетевой журнал. URL: <http://liberadio.noblogs.org/?p=850> (дата обращения: 25.09.2014).
10. Хомутова Н. Н. «Креативность» и «творчество» личности в обществе инноваций // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Сер. 7. Филос. 2012. № 3 (18). С. 92–97.
11. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества / Пер. с польск. С. М. Червонной. М. : Логос, 2005. 664 с.

УДК 331.1:332

Хадасевич Н.Р.
Hadasevich N.R.

ВОСПРОИЗВОДСТВО ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

REPRODUCTION OF THE LABOR POTENTIAL OF THE REGION

В статье рассматриваются проблемы воспроизводства трудового потенциала региона как производственного ресурса. Актуальность исследуемых вопросов обусловлена необходимостью определения факторов, влияющих на формирование и развитие трудового потенциала как социально-экономического явления. В статье выделены элементы трудового потенциала региона и определены факторы их формирования.

This article discusses the reproduction of labor potential of the region as a production resource. Relevance of the issues under examination is due to the need to determine the factors influencing the formation and development of labor potential, as a socio-economic phenomenon. The article outlines the elements of the employment potential of the region and the factors of their formation.

Ключевые слова: трудовой потенциал региона, рабочая сила, воспроизводство, фактор, ресурс.

Key words: labor potential of the region, labor, reproduction factor resource.

Сегодня основной производительной силой и главным ресурсом развития является человек. Такое положение вещей повышает значимость инвестиций в человека как участника производства. Проблемы оптимизации трудового потенциала сегодня находятся на переднем плане, приоритетной задачей их решения является достижение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов и территорий.

Трудовой потенциал характеризуется особенностями работников, их возможностями заниматься трудовой деятельностью в определенных социально-экономических условиях; формируется под воздействием различных институтов общества. Трудовой потенциал является важнейшей ценностью, которая становится активом и в результате использования и реализации приносит прибыль. Трудовой потенциал региона представляет собой возможность и способность к трудовой деятельности населения территории в современных социально-экономических условиях.

Как и всякий ресурс, трудовой потенциал проходит через процесс воспроизводства – непрерывное движение и возобновление. Воспроизводство трудового потенциала региона – это воспроизводство трудоспособности населения территории. Воспроизводство бывает простое (в неизменных масштабах количества и качества трудовых ресурсов) и расширенное, при котором происходит возрастание количества и повышение качества трудовых ресурсов. В первом случае, как правило, дополнительный продукт производства затрачивается на потребление, во втором – часть дополнительного продукта расходуется на развитие, в нашем случае инвестируется в трудовые ресурсы. Расширенное воспроизводство бывает двух видов: интенсивное и экстенсивное, – которые не существуют в чистом виде; выделяют преимущественно экстенсивный или преимущественно интенсивный типы воспроизводства. Воспроизводство как процесс имеет свои фазы и стадии, иногда их обозначают по аналогии со стадиями воспроизводства общественного продукта в следующей последовательности: формирование, распределение, перераспределение и использование.

По нашему мнению, в процессе воспроизводства трудового потенциала региона можно выделить две фазы:

- фаза формирования – воспроизводство, профессиональная подготовка и социализация населения;
- фаза реализации – обеспечение занятости, распределение (обмен) и реализация трудового потенциала региона (рис.).

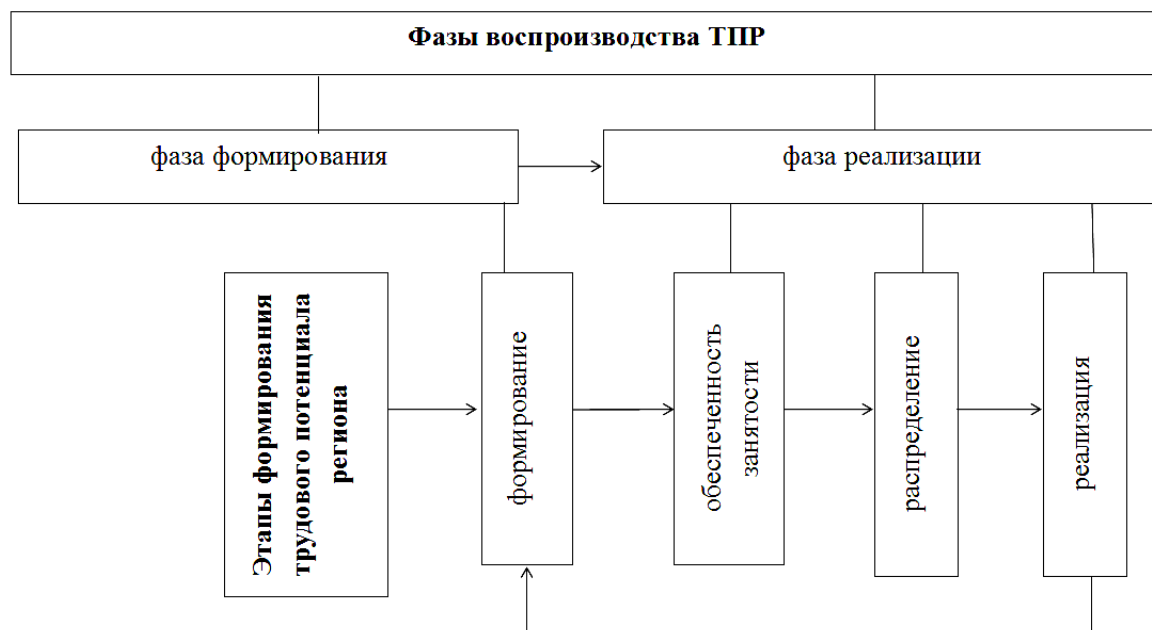


Рис. Фазы и элементы процесса воспроизводства трудового потенциала региона

Трудовой потенциал региона (далее – ТПР) – динамическое явление, сложное, многоаспектное, которое постоянно изменяется, формируется. Термин «формирование» означает процесс придания формы, устойчивости, законченности, определенного типа, соответствие чему-нибудь. Таким образом, формирование – это процесс, который базируется на определенных способах воздействия на явление, в том числе с использованием факторов, от которых зависят качества явления. По нашему мнению, в процессе формирования трудового потенциала региона актуально применять системно-факторный подход.

Системный подход требует воспринимать трудовой потенциал региона через его элементы, их специфические качества, функциональные роли, связи и зависимости между ними и в то же время как целостное и гармоничное явление. Данный подход обеспечивает всесторонний учет специфики субъектов, объектов, уровней управления трудовым потенциалом региона, а также определение комплекса детерминирующих его состояние факторов.

При факторном подходе к формированию выделяется ядро развития явления в виде системы факторов, моделирующих динамику его стратегического развития. Факторный подход дает инструментарий изменений сущностных свойств системы и в то же время обладает гибкостью и вариативностью на уровне подсистем. Факторы формирования при этом могут выражаться в характеристиках, которые используют для анализа и планирования существующей системы. Таким образом, трудовой потенциал региона воспринимают через его элементы, функции, реализуемые элементами.

Факторы формирования трудового потенциала региона характеризуются сложностью и разнообразием: общеэкономические, социально-экономические, институциональные, научно-технические. Общеэкономические факторы – это характеристики экономической системы территории, господствующий технологический

уклад, специфика народнохозяйственного комплекса, его инфраструктура. Научно-технические факторы представляют технологический уклад, уровень квалификации труда, развития науки и объемы затрат на научные исследования, образованность населения, место страны в мировом разделении труда. Социально-экономические факторы характеризуют систему производственных отношений, отношений собственности, способы соединения трудовых ресурсов со средствами производства, воспроизводство трудовых ресурсов, управление организациями, системы стимулирования труда. Институциональные факторы характеризуют состояние элементов институциональной среды трудового потенциала: обеспечение гражданских прав и свобод; возможность участвовать в принятии решений на всех уровнях; доступность информации, культурных ценностей, традиции отношения к труду и формы хозяйствования, восприимчивость общественного воспроизводства к инновациям, прогрессу. Важное влияние на процессы формирования и развития трудового потенциала региона оказывает уровень жизни населения: уровень доходов и потребления в регионе; обеспеченность жильем, рабочими местами, медицинским обслуживанием; образование и профессиональная подготовка (качество и доступность); уровень безопасности жизнедеятельности населения региона.

Факторы трудового потенциала региона тесно взаимосвязаны между собой, формируются как во внутренней, так и во внешней среде территории и организаций. Влияющие на трудовой потенциал региона факторы могут оказывать различное воздействие: формировать и поддерживать его, повышать и понижать его уровень, влиять на востребованность. Формируют трудовой потенциал региона государство, регион, организация, домохозяйство как субъекты, воздействующие на трудовой потенциал посредством политического и управленческого влияния.

Трудовой потенциал региона – это внутренний источник трудовых ресурсов, сложное многогранное явление, представленное совокупностью потенциалов, которые объединяются в определенную систему и определяют его качество и способность к реальному эффективному функционированию. Данное явление обладает целостностью, системными эффектами и иерархичностью.

Естественно-демографический потенциал как элемент трудового потенциала региона обладает такими характеристиками рабочей силы, как состояние здоровья, работоспособность, продуктивный возраст для занятия трудовой деятельностью, пол, семейное положение. Социально-личностный потенциал могут составлять такие характеристики трудовых ресурсов, как уровень гражданского сознания и ценностные ориентации. Социально-личностный потенциал проявляется в мировоззренческой форме: совокупность взглядов, оценок, принципов и образных представлений, определяющих самое общее видение, понимание мира, места в нем человека, а также жизненные позиции, программы поведения, действий людей [1, с. 67], что придаёт трудовому потенциалу характеристики организованности, осмысленности и целенаправленности и проявляется в процессе трудовой деятельности. Важным аспектом социально-личностного потенциала являются интеллектуальные способности, они характеризуют ум, знания, опыт, умение заниматься научной деятельностью. Таким образом, личностный потенциал объединяет в себе такие аспекты, как уровень социализации, коммуникабельности, мировоззрение, интеллектуальные способности трудовых ресурсов региона. Все эти качества опираются в процессе формирования на естественный потенциал и непосредственно влияют на образовательно-квалификационный потенциал.

Образовательно-квалификационный потенциал характеризуется уровнем и качеством образования, квалификации и динамикой развития профессиональных компетенций, способностей осваивать новые виды деятельности. Также важны психологические характеристики, от которых зависит трудовое поведение участников общественного производства: энергичность, мотивы трудовой деятельности и способность работать в коллективе.

Способность трудовых ресурсов развиваться и адаптироваться к меняющимся стратегическим потребностям социально-экономической сферы жизнедеятельности региона содержится в мотивационно-адаптационном потенциале как элементе трудового потенциала региона. Данный компонент характеризуется такими качествами трудовых ресурсов, как желание хорошо работать, стремление к профессионально-должностному росту, адаптивными и коммуникативными признаками [2, с. 8].

Актуальным компонентом трудового потенциала региона является инновационно-предпринимательский потенциал, обеспечивающий стремление к повышению уровня знаний, способность к изобретательской и инновационной деятельности, а также предпринимательские способности трудовых ресурсов. Творческие способности основываются на предприимчивости, изобретательности, нестандартности мышления, умении анализировать, критически и стратегически мыслить. Предпринимательский потенциал проявляется в развитой интуиции, проницательности, инициативности, умении работать в команде, прогнозировать ситуацию, рисковать, быть решительным и обладать сильной волей и т. д. Инновационный потенциал – способность и готовность заниматься инновационной деятельностью, что сегодня достаточно актуально.

Трудовой потенциал региона, по нашему мнению, состоит из таких элементов, как естественно-демографический, социально-личностный, образовательно-квалификационный, мотивационно-адаптационный, инновационно-предпринимательский потенциалы. Комбинации именно этих элементов дают возможность рабочей силе заниматься трудовой деятельностью в современных социально-экономических условиях. Трудовой потенциал региона формируется под воздействием определенных факторов, влияющих на его элементы.

Не менее важным этапом воспроизводства трудового потенциала региона является фаза реализации, так как в ней производятся материальные и духовные блага. Данная фаза включает следующие этапы: обеспечение занятости, распределение и реализация трудового потенциала региона.

Результатом реализации трудового потенциала является осуществление производственных целей предприятия: объем производства, объем продаж, прибыль от реализации продукции, – что напрямую зависит от производительности труда, соответственно, от качества трудового потенциала и качества его использования. В данном случае важнейшую роль играет кадровая политика компании, включающая не только процессы организации труда, но и систему управления персоналом, главной задачей которой является обеспечение организации трудовым потенциалом, его развитие и реализация.

Литература

1. Сорокина Н. Ю. Формирование трудового потенциала региона (на примере Тульской области) : дис. ... канд. экон. наук. Тула, 2002. 185 с.
2. Хадасевич Н. Р. Развитие потенциала персонала организации // Кадровик. 2010. № 1. С. 6-10.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ. ПРОЕКТНЫЙ АНАЛИЗ

УДК 658.012.8:614.8

Герасимов К.Б.
Gerasimov K.B.

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

BASIC METHODS OF LIFE SAFETY MANAGEMENT IN A COMPANY

Представлены основные методы управления безопасностью жизнедеятельности природных, антропогенных и организационных систем. На основе метода сетевого моделирования опасной производственной ситуации показана логическая связь между всеми моментами, предшествовавшими возникновению аварии, разрушению или несчастному случаю. Рассмотрены методы управления безопасностью в экономических системах.

The article highlights the main managerial methods of the natural, human and organizational systems' safety. Based on the network modeling method of the dangerous work situations it shows a logical connection between all the moments preceding the emergence of failure or accident. It describes the methods of safety management in the economic systems.

Ключевые слова: метод, управление, безопасность, окружающая среда.

Key words: technique, management, safety, environment.

В организациях протекают определенные процессы управления объектами. К ним относятся управление персоналом, управление безопасностью жизнедеятельности, управление операциями и т. д. Однако это одновременно и частные виды менеджмента, которые имеют место быть в организациях. Они имеют соответствующие названия: менеджмент персонала, менеджмент безопасности жизнедеятельности, операционный менеджмент и т.д. Управляемая подсистема организации состоит из объектов (стратегия, персонал, финансы и т. д.), управляющая подсистема включает соответствующие этим объектам процессы или виды менеджмента [2].

Рассмотрим подробнее управление безопасностью жизнедеятельности современной организации. *Безопасность* – состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внешних и внутренних угроз. Жизненно важные интересы – совокупность потребностей, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества и государства. Угроза безопасности – состояние, в котором общество может самостоятельно, без вмешательства и давления, определять пути и формы своего экономического развития.

Главной целью безопасности жизнедеятельности организации является обеспечение устойчивого и максимально эффективного функционирования в настоящее время и высокого потенциала развития и роста организации в будущем. Наиболее эффективное использование ресурсов организации, необходимое для выполнения целей ее деятельности, достигается путем предотвращения угроз негативных воздействий на безопасность жизнедеятельности предприятия.

Безопасность жизнедеятельности организации – это состояние наиболее значимых параметров организации и ее менеджмента для предотвращения различных угроз и обеспечения стабильного функционирования.

Уровень безопасности жизнедеятельности организации – это оценка состояния использования ее ресурсов по критериям экономической устойчивости.

Управление безопасностью жизнедеятельности представляет собой процесс управления обеспечением выживания организации в рыночной среде и формированием интегральной оценки защищенности организации в условиях рыночной конкуренции [2].

Рассмотрим основные методы управления безопасностью жизнедеятельности.

Методы ликвидации основных загрязнений. Стандартная схема ликвидации какого-либо загрязнения состоит из *организационных и технических* мероприятий. Техническое мероприятие (решение) состоит из 3 этапов:

- выявление источника загрязнения с целью определения его качественных и количественных характеристик;
- локализация источника загрязнения с целью предотвращения его распространения в окружающей среде;
- ликвидация источника загрязнения с целью прекращения его воздействия на окружающую среду в данном месте [5].

Методы ликвидации источников загрязнения зависят как от типа загрязнения, так и от вида той части биосферы, которая подверглась загрязнению (суша, атмосфера или гидросфера).

К основным загрязнителям почвы относятся: тяжелые металлы, соли, биологические загрязнители, органические соединения, радиоактивные вещества, опасные химические вещества (в том числе диоксины, аварийно химически опасные вещества, токсины и т. д.).

Методы системного обеспечения безопасного функционирования. Результат при достижении цели может быть как положительным, так и отрицательным.

Система представляет собой группу различных компонентов, естественно или исключительно связанных между собой для образования единого целого и совместного влияния некоторых функций как во времени, так и в пространстве (протекающих процессах достижения цели).

Система, как правило, включает в себя различные компоненты. Системы могут рассматриваться и организовываться в виде природных и антропогенных систем.

Под *компонентами* системы понимаются не только материалы, но и процессы (представляющие опасные условия), социальные, материальные и другие объекты (факторы опасности).

Естественные (природные) системы – это системы, которые созданы природными средами.

Искусственные (антропогенные) системы организованы или созданы в результате человеческой деятельности.

Следовательно, системы могут рассматриваться как технические, химические, физические, биологические, экологические, социальные, политические.

Если в системе присутствует человек, то система называется эргономической. В этом случае анализу подлежит функционирование сложной системы «человек – машина» (Ч-М), «человек – среда обитания» (Ч-СО), «человек – машина – среда обитания» (Ч-М-СО), «человек – машина – среда обитания – окружающая среда» (Ч-М-СО-ОС).

Конечная цель любой системы заключается в создании системности. Методологический статус системного анализа заключается в том, что в нем переплетаются элементы теории и практики, строгие формализованные методы сочетаются с интуицией и личным опытом, с эвристическими приемами проводящих этот анализ специалистов.

Ценным элементом системного анализа являются методики анализа надежности, отказов и их последствий: анализ человеческого фактора в выполнении операций и методы построения логических сетей причин и событий (деревьев отказов).

Цель системного анализа – выявление причины, влияющей на появление нежелательных событий, и разработка предупреждающих мероприятий, исключающих или снижающих вероятность их появления.

Методы анализа нежелательного события. Существует четыре метода анализа: априорный, апостериорный, прямой, обратный.

Априорный анализ. Исследователь выбирает такие нежелательные события, которые являются потенциально возможными для данной системы, и пытается составить набор различных ситуаций, приводящих к их появлению.

Апостериорный анализ. Выполняется после того, как нежелательное событие уже произошло. Цель такого анализа – разработка рекомендаций на будущее.

Прямой метод направлен на изучение причин, анализ которых дает возможность предвидеть, а значит, и предупредить нежелательные последствия.

Обратный метод позволяет анализировать возможные последствия с целью исключения появления нежелательных событий, способных привести к значительным материальным потерям или человеческим жертвам.

Одной из основных проблем анализа системы является установление границ рассматриваемой системы.

Если система ограничена, некоторые опасные ситуации могут выпасть из поля зрения. При очень обширных границах системы результаты анализа могут быть совершенно неоправданными.

Определение границ системы осуществляется различными методами, например, методом сетевого планирования и управления безопасностью. При этом для несчастных случаев, как уже происшедших, строится модель происшедших и предшествующих событий. При этом выявленные причины распадаются на две стадии:

- построение сетевой модели ситуаций;
- анализ сетевой модели с точки зрения безопасности.

Данный анализ дает возможность отработать методы в двух направлениях: по устранению причины возникновения опасной зоны и нахождению человека в опасной зоне. Это позволяет выявить опасность, разработать профилактические мероприятия по их устранению. С этой целью В.А. Ачин разработал метод сетевого моделирования опасной производственной ситуации [1].

Метод сетевого моделирования опасной производственной ситуации. Анализ методом сетевого моделирования опасной производственной ситуации проводится на основе логической связи между всеми моментами, предшествовавшими возникновению аварии, разрушению или несчастному случаю.

Обычно эта связь устанавливается «обратным ходом», начиная с момента события, с последствий, доступных непосредственному описанию. С установлением одной логической цепи появляется возможность построить сетевую модель.

Элементами сетевой модели являются векторы, изображающие процесс появления причины события и ее следственную связь с предыдущей по времени, а также условия, означающие окончание появления причины. Начальная и конечная причины представляют собой импульс развития всей цепи событий и ее завершающий этап.

Установив цель взаимозависимых причин, выполняют анализ каждой причины с учетом всех обстоятельств происшедшего события. Это позволяет продолжить анализ сетевой модели с целью устранения причин нежелательных событий для рассматриваемой конкретной производственной обстановки.

В.А. Ачиным были предложены четыре формы причинно-следственных связей [1]: последовательная, параллельная, круговая, концентрическая.

Последовательная форма. Такая форма связей показывает, что одна причина порождает другую и т. д., пока конечная связь не приведет к трагическим последствиям.

Параллельная форма. При этой форме связи две или несколько последовательных связей вскрывают или характеризуют одну общую причину, которая и вызывает нежелательное событие.

Круговая форма. Круговая форма образуется цепью событий, когда одна причина вызывает другую, другая – следующую и так до тех пор, пока одна из них, как бы усиливаясь, не приведет к нежелательным последствиям.

Концентрическая форма. Концентрическая связь возникает в том случае, когда какая-либо причина служит источником нескольких причин, которые, развиваясь во времени нормально, вызывают одну общую причину, приводящую к тяжелым последствиям.

Рассмотренные формы причинно-следственных связей являются элементарными и в различных комбинациях могут служить в качестве составных частей сложных сетевых моделей.

Накопленный опыт применения метода сетевых моделей показал, что модели опасных производственных ситуаций позволяют более глубоко и детально изучать и анализировать обстоятельства событий, их причины, точно классифицировать эти причины и устанавливать их удельный вес в рассматриваемых событиях.

При необходимости по результатам системного анализа разрабатываются рекомендации по введению изменений в системах контроля, управления и обеспечения безопасности при эксплуатации оборудования, технических систем и объектов и ведения технологических процессов [3].

Методы управления рисками целесообразно разделить на две группы: *методы минимизации потерь* (упреждения, уклонения, локализации, диссипации риска) и *методы возмещения потерь*.

Методы минимизации потерь позволяют уменьшить величину ущерба, когда риска избежать невозможно или он возникает внезапно. *Методы упреждения риска* позволяют уберечься от случайностей при помощи превентивных воздействий. Эти методы более трудоемки, требуют обширной, аналитической работы, от полноты и тщательности которой зависит эффективность их применения.

К наиболее эффективным методам этого типа относится используемый в деятельности предприятия **метод стратегического управления**. Управление стратегией как средство компенсации риска дает эффект, если оно пронизывает все сферы деятельности предприятия. Оно может снять большую часть неопределенности, предугадать появление узких мест в производственном цикле, упредить ослабление позиций предприятия в своем секторе рынка, заранее идентифицировать профиль факторов риска и разработать комплекс компенсирующих мероприятий, план использования и подключения резервов [4].

Разновидностью этого метода может считаться *прогнозирование внешней экономической обстановки*. Суть этого метода заключается в:

- периодической разработке сценариев развития и оценке будущего состояния среды хозяйствования предприятия;
- прогнозировании поведения возможных партнеров или действий конкурентов;
- определении (прогнозировании) изменений в секторах и сегментах рынка, на которых предприятие выступает продавцом или покупателем;
- в региональном или общеэкономическом прогнозировании.

Реализация рассмотренных методов позволит организации защитить свои объекты и процессы от несанкционированного входа и использования их во вред организации как внутри, так и вне ее.

Литература

1. Ачин В. А. Основы безопасности труда в строительстве. Л. : Стройиздат, Ленинградское отделение, 1976. 158 с.
2. Герасимов Б. Н. Теория управления. Самара : СИБиУ, 2012. 404 с.
3. Герасимов Б. Н., Герасимов К. Б. Методология управления. Самара : Изд-во НОАНО ВПО СИБиУ, 2013. 488 с.
4. Герасимов К. Б., Несоленов Г. Ф. Основы экономической безопасности. Самара : Институт анализа экономики города и региона, 2014. 180 с.
5. Павлов А. И., Тушонков В. Н., Титаренко В. В. Безопасность жизнедеятельности. М. : МИЭМП, 2006. 302 с.

УДК 658.6.012.4:657.1

*Гирш В.А.
Girsh V.A.*

К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТОРГОВО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

TO A QUESTION OF BUSINESS MANAGEMENT IN TRADE AND INDUSTRIAL ORGANIZATION

В статье описываются особенности системы бухгалтерского учета в торгово-производственной организации и ее связи с процессом управления, приводится обоснование принятия управленческих решений на основе информации, получаемой в системе бухгалтерского учета.

The article presents some features of the accounting system in trade and industrial organization and its connection with the managerial process and the rationale management decisions based on the information received inside the accounting system.

Ключевые слова: торгово-производственная организация, бухгалтерский учет, информация, управление предприятием.

Key words: trade and industrial organization, accounting, information, business management

Как показывают исследования, осуществление предпринимательства происходит, как правило, в производственной, коммерческо-торговой, финансово-кредитной, страховой деятельности. Однако в последнее время стало наблюдаться развитие торгово-производственных предприятий, которые осуществляют деятельность в двух направлениях: производстве продукции и реализации ее.

Управление такой организацией влечет за собой установление более высоких требований, предъявляемых к качеству и эффективности системы управления. В большой степени грамотность принятия управленческого решения зависит от обеспеченности процесса информационными данными, от их объема и качества, которые формируются в том числе и в системе бухгалтерского учета предприятия.

Во-первых, система бухгалтерского (финансового) учета хорошо известна, повсеместно распространена и применяется всеми хозяйствующими субъектами в нашей стране. Она имеет длительный практический опыт, нормативно-правовую базу и является обязательной для всех предприятий. Поэтому ведение бухгалтерского учета не оказывается спорным или же затруднительным моментом в процессе осуществления производственной, торговой деятельности. Но в настоящее время для многих организаций применение только бухгалтерского учета в совокупности с жизненным опытом, приобретенными навыками, а также знаниями руководителя о возможностях управления становится недостаточно. В таком случае необходимо изыскивать пути развития в области управления. Отметим, что управленческий учет и понятие «управление производством» – далеко не одно и то же, хотя они пересекаются и взаимодействуют. Изучение, разработка и внедрение структуры управления включают в себя многие аспекты и поэтому зачастую становятся достаточно затратными с финансовой точки зрения мероприятиями. Введение структуры управления в лице одного человека или же целого отдела целесообразно, скорее, для средних, крупных организаций. Но на определенном этапе затраты, вложенные в разработку такой структуры, не только послужат толчком к дальнейшему развитию

предприятия, но и при правильной организации выступают конкурентным преимуществом, позволят рационализировать и оптимизировать деятельность трудового персонала, производства в целом.

Во-вторых, в бухгалтерском учете особенности организации учитываются при формировании плана счетов, написания учетной политики бухгалтером, руководителем организации, то есть на начальном этапе. Однако в остальном осуществление бухгалтерского (финансового) учета предполагает четкость и пошаговое соблюдение нормативно-правовых актов. Рассматривая вопросы управления, мы, базируясь на теоретических знаниях, полученных на основе изучения литературных источников, можем говорить прежде всего о творческом начале при построении, внедрении и дальнейшем совершенствовании его в процессе деятельности. Гибкость, отсутствие шаблонов, жестких правил и предписаний наделяет процесс управления новыми выигрышными качествами и не ограничивает структуру, процесс управления и самого управленца при решении многих задач, таких как улучшение качества, повышение рациональности производства, реализации продукции, а также рост экономических и финансовых результатов деятельности организации.

В-третьих, управление, его теоретическое и практическое обоснование хорошо развито на Западе, реализуется с использованием передовых технологий, автоматизации. В России имеется теоретическая база, а управление зачастую осуществляется «по наитию». Большинство руководителей мало обращают на это внимания, экономят на возможных затратах. Однако начиная с некоторого этапа жизнедеятельности организации правильное внедрение такой структуры послужит толчком к развитию, а не наоборот.

В-четвертых, большинство организаций в России имеют строгую или торговую, или производственную специфику. Однако в рамках выбранной нами тематики объектом исследования является предприятие, осуществляющее производство и торговлю совместно. Обращаясь к специфике работы анализируемой компании – торгово-производственной организации «Валерия, центр эксклюзивных столярных изделий», – отметим, что предприятие производит самую различную мебель, предметы интерьера: от тумб и откосов до лестниц, кабинетов, гардеробных и кухонь. За основу производства взято качество и технологии итальянских производителей, приспособленные к российским условиям. Определенные каналы сбыта, специфика клиентов, транспортировка в другие города, особенности работающего персонала, обеспеченность передовым оборудованием – все это делает объект исследования интересным с точки зрения учета всех факторов при построении системы и выборе методов управления.

Решение о построении эффективной системы управления обосновано рядом задач, возникающих в процессе хозяйствования [5]:

1. Совершенствование производственного процесса, которое включает в себя научно обоснованную, рациональную организацию структуры управления производством.
2. Совершенствование организации управленческого труда, обусловленной специфической деятельностью: совмещение умственного, физического и творческого характера труда.
3. Внедрение информационных систем управления. Информация в XXI веке – залог успеха, основа быстрого реагирования и источник конкурентоспособности. Четкая, оперативная информация повышает эффективность выполнения любых работ, а также и рациональность решений.
4. Автоматизация, под которой понимается система автоматизации подготовки принятия решений. Процесс автоматизации сложен, затратен с точки зрения как трудовых, так и финансовых ресурсов. Выбор правильной программы и ее внедрение займут длительное время.

Рассмотрим подробнее две последние задачи, которые связаны с информацией, информационным обеспечением. Информация – это база, на основании которой

происходят все возможные действия (в контексте статьи – действия, связанные с хозяйствованием предприятия) и осуществляется управление на всех уровнях производства, финансирования и учета [2]. Информационное обеспечение деятельности – это осуществление действий по предоставлению современной, достоверной и полной информации субъекту управления с заданной периодичностью. Рассматривая информацию как отдельно взятый элемент, мы можем говорить о ее различных особенностях, свойствах:

1. Атрибутивные свойства – это те свойства, без которых информация не существует. К данной категории свойств относятся: неотрывность информации от физического носителя и языковая природа информации, дискретность, непрерывность.

2. Прагматические свойства – это те свойства, которые характеризуют степень полезности информации для пользователя, потребителя и практики. Проявляются в процессе использования информации. К данной категории свойств относятся: новизна, полезность, ценность, кумулятивность, полнота, достоверность, адекватность, доступность, актуальность, объективность и субъективность.

3. Динамические свойства – это те свойства, которые характеризуют изменение информации во времени: рост информации, старение [3].

Следует также разграничить понятие информации и различных данных и сведений, так как данные – это всего лишь какие-либо хранящиеся или имеющиеся сведения, которые благодаря их обработке и изучению приобретают вид и структуру проанализированного материала, полезного для осуществления и ведения хозяйственной деятельности.

Концепция взаимодействия учетно-аналитической информации и процесса управления представлена на рисунке.



Рис. Концепция взаимодействия учетно-аналитической информации и процесса управления

На основе этой концепции мы можем сделать вывод об интенсивности, значимости и обязательности взаимосвязи и взаимодействия учетно-аналитических данных, выступающих в роли «базиса», и преобразования этих данных, информации в «настройку», которая и служит местом рождения управленческих решений, влияющих на деятельность торгово-производственной организации.

В научной литературе понятие «учетно-аналитическое обеспечение» встречается у таких авторов, как О. В. Алексеева, И. В. Алексеева, И. Н. Богатая, С.А. Бороненкова, М. А. Вахрушина, О. Е. Николаева, Ю. В. Радченко, Ф. Б. Риполь-Сарагоси, К. Уорд. В трудах таких ученых, как Х. Андерсон, М. А. Вахрушина, К. Друри, Д. Кондуэлл, М. И. Кутер, Б. Нидлз, Я. В. Соколова, Дж. Фостер, Ч. Т. Хорнгрен, мы встречаем понятие «информация для принятия решений», «информационное обеспечение», а «информационное поле предприятия» – у О. Д. Каверина, В. А. Чернова, «аналитическое обеспечение» – у А. Ф. Ионова, Г. В. Савицкой, Н. Н. Селезневой. Таким образом, трактовок одного и того же понятия много, но их суть одинакова, несмотря на незначительные отличия в пояснениях некоторых авторов [1; 4].

Рассматривая вопрос учетно-аналитического обеспечения управления предпринимательской деятельностью торгово-производственной организации и основываясь на доводах и доказательствах, приведенных в настоящей статье, следует отметить его важную практическую составляющую и актуальность как для торговых, производственных, так и торгово-производственных организаций.

На сегодняшний день обеспечить торгово-производственному предприятию эффективное функционирование, решение ряда хозяйственных вопросов и получение конкурентных преимуществ может только эффективная система управления его производственной деятельностью, основанная на взаимодействии информации внешней (статистика, данные конкурентов, законы, научная литература) и внутренней (учетно-аналитической, опросы персонала, анкетирование, анализ производственной деятельности).

Литература

1. Граничин О. Н., Кияев В. И. Информационные технологии в управлении. М. : БИНОМ, 2011. 336 с.
2. Жуков Б. М., Ткачева Е. Н. Исследование систем управления. М. : Дашков и К, 2012. 208 с.
3. Кальницкая И. В. Управление организацией: модели информационных систем. М. : Монография. 2010. 313 с.
4. Кондратьев М. Н. Экономика и организация производства: учебное пособие. Ульяновск : УлГТУ, 2013. 98 с.
5. Ременников В. Б. Управленческие решения. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. 144 с.

УДК 061.6:001.89

Далёкин П.И., Глебова О.В.
Dalyokin P.I., Glebova O.V.

**ПРОЦЕДУРА ОТБОРА ПРОЕКТОВ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РАБОТ В НАУЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

**PROCEDURE OF THE RESEARCH PROJECTS' SELECTION
IN SCIENTIFIC ORGANIZATIONS**

В статье рассмотрены основные проблемы развития инноваций в России, определено понятие научно-исследовательских работ в соответствии с нормативно-правовыми актами, выявлены стадии научно-исследовательских работ, предложена процедура отбора проектов научно-исследовательских работ в условиях неопределённости, выявлены и обоснованы положительные моменты её практического использования.

In article highlights the main problems of innovations' development in Russia, defines the concept of research paper according to the normative legal acts, reveals the stages of research activity, offers the procedure of the research projects' selection under conditions of uncertainty, reveals and proves some positive moments of their practical use.

Ключевые слова: инновации, научно-исследовательские работы, процедура отбора, неопределенность, риски.

Key words: innovation, research works, selection procedure, uncertainty, risks.

Приоритетным направлением развития государства в настоящее время является повышение конкурентоспособности национальной экономики на основе инновационных факторов развития. Значительная роль в развитии национальной инновационной системы принадлежит научным организациям, в том числе научно-производственным предприятиям. От наличия этих предприятий в экономике страны и качества проводимых научно-исследовательских работ во многом зависит уровень развития экономики в целом. Основная доля научно-производственных предприятий сосредоточена в оборонно-промышленном комплексе. Научно-технические разработки представляют собой сложный и специфичный объект оценки, требующий применения специально созданных методик и процедур. Современная стадия постиндустриального развития экономики предполагает основополагающую роль науки и инноваций и, как следствие, реализацию эффективных научно-исследовательских работ, которые не только открывают новые горизонты для фундаментальных исследований, но и содействуют достижению максимальной производительности, конкурентоспособности, развитию человеческого капитала, осуществлению качественного и количественного сдвига в структуре воспроизводственного процесса.

Официальная статистика показывает, что уровень развития отечественной науки все еще далек от достижений промышленно развитых стран. Так, мала в национальном продукте России доля затрат на исследования и разработки; у предприятий отсутствуют возможности для полноценного финансирования исследований и инвестиций; новые изделия составляют незначительную долю в объемах продаж; низкими темпами обновляется оборудование; недостаточно применение информационных технологий в проектировании и управлении производственными процессами.

Также заметны проблемы в отборе научно-исследовательских работ на всех стадиях жизненного цикла в условиях неопределённости и с учётом высоких рисков. Инновационная активность научных организаций в России в настоящее время оценивается в недостаточной степени, в частности, наблюдается значительное отставание от европейских стран.

Понятие и структура научно-исследовательской работы (далее – НИР) в соответствии с отечественными нормативными актами в основном определяется на основе ГОСТ 15.101–98. «Система разработки и постановки продукции на производство. Порядок выполнения научно-исследовательских работ», который выделяет основные этапы проведения научно-исследовательской работы по созданию продукции [1]:

- выбор направления исследований; проводят с целью определения оптимального варианта направления исследований на основе анализа состояния исследуемой проблемы, в том числе результатов патентных исследований, и сравнительной оценки вариантов возможных решений с учетом результатов прогнозных исследований, проводившихся по аналогичным проблемам;

- теоретические и экспериментальные исследования; проводят с целью получения достаточных теоретических и достоверных экспериментальных результатов исследований для решения поставленных перед НИР задач;

- обобщение и оценка результатов исследований, выпуск отчетной научно-технической документации по НИР; проводят с целью оценки эффективности полученных результатов в сравнении с современным научно-техническим уровнем (в том числе оценки создания конкурентоспособной продукции и услуг);

- предъявление работы к приемке и ее приемка.

Законченную НИР считают реализованной, если в соответствии с целями, поставленными в НИР, ее результаты использованы при разработке [1]:

- основных направлений или федеральных (региональных, межгосударственных) целевых программ развития техники;

- новых (модернизации существующих) образцов продукции или их составных частей;

- технических заданий, по которым создают новые (модернизируют существующие) образцы продукции;

- решения о коренном изменении направлений отдельных научно-исследовательских, опытно-конструкторских или опытно-технологических работ;

- технических заданий на другие НИР;

- нормативных, технических и организационно-методических документов (стандартов, положений, методик, инструкций, руководств), используемых при разработке, производстве, эксплуатации и ремонте продукции;

- программ и методик испытаний новых (модернизированных) образцов продукции.

Научно-исследовательская работа (по созданию продукции) в Рекомендациях по стандартизации [2] определена как комплекс теоретических и (или) экспериментальных исследований, проводимых с целью получения обоснованных исходных данных, изыскания принципов и путей создания (модернизации) продукции. Научно-исследовательская работа по созданию продукции является одной из разновидностей прикладных научно-исследовательских работ.

Для решения проблемы отбора проектов НИР в условиях неопределённости в последнее время часто используется теория нечётких множеств. Необходимо выделить основные достоинства методологии нечётких множеств:

1. Возможность формирования достаточно полного набора сценариев существования инновационного процесса.

2. Использование многокритериальной оценки как качественных, так и количественных показателей.

3. При формировании исходных параметров достаточно указать расчётный диапазон значений, а не формировать точечные оценки.

4. Простота выявления знаний экспертов.

5. Возможность использования всей доступной информации, которая может быть и неоднородной (интервальная, статистическая, детерминированная).

Проекты НИР представляют собой сложный и специфичный объект оценки, требующий применения специально созданных методик и процедур.

Одной из основных проблем при оценке проектов НИР является их отбор на стадии рассмотрения инновационной заявки. Предложена процедура отбора проектов НИР, которая состоит из следующих этапов:

1. Определение совокупности НИР, подлежащих оценке. Разработки, получившие статус «перспективные», подлежат детальному исследованию, «неперспективные» – отклоняются.

2. Формирование системы показателей, характеризующих научно-технические, рыночные, экономические и социально-экологические аспекты эффективности НИР на стадии детального исследования.

3. Формирование технической экспертной комиссии, осуществляющей оценку научно-технических показателей и определение их весомости.

4. Определение значимости показателей различных аспектов научно-технических разработок методом анализа иерархий, согласование.

5. Идентификация факторов риска, оказывающих влияние на нечеткость представления показателей. Выделяется риск неправдоподобности прогнозов и наступления рискованных событий.

6. Оценка качественных показателей с помощью метода нечетких множеств.

7. Количественные показатели, характеризующие различные аспекты эффективности работ, задаются в числовом диапазоне.

8. Сведение набора полученных оценок к одной общей (интегральной) оценке.

9. Ранжирование нечетких значений интегральных критериев научно-технических разработок.

10. Оценка значимости интегральных показателей различных аспектов эффективности работ методом парных сравнений.

11. Расчет интегрального критерия и ранжирование проектов НИР.

12. Ранжирование НИР в соответствии с приписанным им рейтингом.

Основными особенностями процедуры отбора являются:

1. Универсальность при оценке улучшенных и базовых разработок.

2. Возможность осуществлять оценку научно-технических разработок по совокупности показателей, качественных и количественных.

3. Возможность ранжировать проекты НИР по их привлекательности.

Представленная методика может найти применение при выборе эффективных НИР на научно-производственных предприятиях оборонно-промышленного комплекса, а также на промышленных предприятиях, осуществляющих инновации.

Назначение предложенной модели отбора проектов НИР состоит в том, чтобы представить информацию, которая позволит менеджерам предприятия сформировать оптимальный портфель и резервный фонд отложенных работ для возможности их рассмотрения и включения в портфель в будущем.

Литература

1. ГОСТ 15.101–98. Система разработки и постановки продукции на производство. Порядок выполнения научно-исследовательских работ. URL: http://isu.ru/science/norm_docs/GOST15_101-98.pdf (дата обращения 02.10.2014).
2. Р 50-605-80-93. Рекомендации по стандартизации. Система разработки и постановки продукции на производство. Термины и определения // Портал нормативных документов. URL: www.opengost.ru (дата обращения 02.10.2014).

УДК 519.816:330.322:338.45:622.3

Кежапкина О.В.
Kezhapkina O.V.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ И МЕТОДОВ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОГО ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ ПРОЕКТНОМ АНАЛИЗЕ В НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ

APPLICATION OF THE THEORY AND METHODS OF MULTIATTRIBUTE DECISION MAKING WITH THE PROJECT ANALYSIS IN THE OIL INDUSTRY

В статье рассматриваются различные аспекты задачи принятия решений при анализе инвестиционных проектов с учетом наличия факторов многокритериальности и неопределенности. Оценена возможность применения теоретических подходов и методов многокритериального принятия решений к работе над такими задачами. Проанализированы исследовательские работы зарубежных и отечественных ученых, применяющих методы многокритериального принятия решений при разработке собственных методик принятия решений в различных отраслях.

This article discusses various aspects of the decision-making problem in the analysis of investment projects, taking into account the availability of uncertainty and multicriteriality factors. The possibility of application of multiattribute decision making theoretical approaches and methods to solving such problems is estimated. The research of foreign and domestic scientists applying multiattribute decision making in developing of their own methods of decision-making in various sectors is analyzed.

Ключевые слова: процесс принятия решений, многокритериальные методы принятия решений, инвестиционный проект, многокритериальная задача.

Key words: decision-making process, multiattribute decision making, investment project, multiattribute problem.

Принятие решений в ходе подготовки и реализации инвестиционных проектов нефтяной отрасли является весьма сложной, требующей большого опыта и знания инструментов и методов задач. Вне зависимости от того, направлена ли она на формирование инвестиционного портфеля или на определение содержания конкретного инвестиционного проекта, ее решение возможно только на основе компромисса между социально-политическими, экологическими и экономическими мотивами. Выбор между альтернативными проектами строительства новых объектов разведки и эксплуатации в чувствительных экологических зонах всегда базируется на множестве критериев, таких как стоимость, прибыльность, воздействие на окружающую среду, безопасность, риск. Причем далеко не все из оцениваемых критериев могут быть легко трансформированы в денежный эквивалент, что усложняет задачу интеграции разрозненных данных в единую систему для их сравнения и выбора лучшего решения. Даже если бы и можно было привести все компоненты системы к единому знаменателю, это было бы не всегда желательно, поскольку в таком случае осталось бы неучтенным мнение лиц, принимающих решение (далее – ЛПР), а в конечном итоге – и акционеров компании. Помимо того, экологический аспект зачастую связан с этическими принципами, которые могут идти вразрез с первоначальными экономическими интересами фирмы.

Значительные исследования в области многокритериального принятия решений (MADM – Multiattribute Decision Making) сделали возможным практическое применение теоретических подходов к многокритериальным проблемам хозяйствующих субъектов.

Однако эти методы не были представлены в форме, применимой к проектам, реализуемым нефтяными компаниями с использованием «чистых» технологий, наносящих минимальный урон окружающей среде, а ведь именно такая политика является приоритетной для крупнейших компаний отрасли в мире в рамках их социальной ответственности. Этой проблеме посвящена исследовательская работа автора в целом, а данная статья ставит своей целью рассмотреть применимость методов MADM к указанной проблеме и в целом необходимость вооружения ЛПР методическим инструментарием, помогающим нивелировать субъективные факторы, неизбежно возникающие при принятии проектных решений.

Решение задач, включающих экологическую составляющую, является комплексным, многогранным процессом, и привлечение к нему заинтересованных сторон, обладающих различными целями и приоритетами, выделяется в отдельную проблему, заключающуюся в том, что люди очень часто принимают неверные решения, если они не вооружены необходимым инструментарием. Большинство ЛПР в такой ситуации попытается использовать эвристический или интуитивный подход для упрощения, пока проблема не покажется им более управляемой. Человеческая способность к переработке информации весьма ограничена, о чем свидетельствуют исследования многих ученых. Например, Дж. Миллер напрямую указал на возможность удержания человеком в сознании не более 7 ± 2 элементов, или «чанков» (chunk) по терминологии автора [1]. Таким образом, в процессе принятия решения может быть утеряна важная информация, отброшена одна из противоположных точек зрения, проигнорирован элемент неопределенности, в результате чего есть весьма веские основания ожидать, что, основываясь только на своем мнении, ЛПР, будь они экспертами или новичками, скорее всего, столкнутся с серьезными трудностями при принятии эффективного, всесторонне отражающего поставленные вопросы и цели решения, которое учитывало бы индивидуальность проекта и необходимость компромисса.

Кроме того, сложные решения по инвестиционным проектам в нефтяной отрасли не могут не опираться на междисциплинарную базу знаний, включающую естественные, социальные науки, политику, право, этику. Этот факт, а также необходимость привлечения к такого рода проектам сторонних финансовых ресурсов, социальная важность подобных проектов означают, что решение должно быть основано не на индивидуальном, а на групповом мнении, которое имеет существенные преимущества перед первым: к рассмотрению может быть предложено большее количество вариантов, шанс того, что в состав группы войдет человек, способный к систематическому мышлению, повышается, в итоге остальные члены группы могут положиться на мнение более информированных коллег. Тем не менее группы также подвержены тенденции принимать наиболее удобные решения, отвергая саму идею о компромиссном выборе, или обосновывать свою позицию общей перспективой развития событий, не принимая во внимание противоречащую ей информацию, что получило название «групповое мышление».

В рамках проектов по разведке и эксплуатации ЛПР должны переработать информационные потоки, относящиеся к четырем типам: моделирование / мониторинг, анализ рисков, анализ затрат или анализ рентабельности, предпочтения заинтересованных сторон. Как бы то ни было, множество методик принятия решений не содержит пояснений, как интегрировать и оценивать относительную важность информации из каждого источника. Важно, что информация поступает к ЛПР в разных формах: в то время как моделирование и мониторинг результатов, как правило, представлены в виде количественных оценок, величины риска и экологичности проекта, напротив, имеют качественный характер. Структурированная, пригодная для анализа информация о предпочтениях заинтересованных сторон может быть либо вовсе не предоставлена ЛПР, либо дана в форме, лишь усугубляющей трудность принятия объективного решения.

Систематизированную методологию, способную объединить экономическую информацию, позицию заинтересованных сторон и направленную на повышение экологичности производственных операций политику нефтяной компании, а также проранжировать имеющиеся альтернативные проекты и выбрать оптимальный вариант для каждого конкретного случая, сформировать существенно проще с применением многокритериальной теории полезности. Она способна решать многокритериальные задачи, к коим относится задача выбора оптимального набора параметров проекта разведки и эксплуатации, имеющих следующие особенности: а) такие задачи отличаются уникальностью, нередко отсутствуют статистические данные, позволяющие однозначно обосновать соотношение между критериями; б) на момент принятия решения невозможно получить данные, которые позволяли бы объективно оценить возможные последствия принятого решения, т. е. ЛПР вынуждены действовать в условиях неопределенности. Недостаточность информации в таких случаях восполняется экспертным мнением на основании некоторого опыта.

Обзор литературы, опубликованной за последние 15 лет, показал, что при разработке методики принятия решений в природоресурсных отраслях лишь в немногих исследованиях используется MADM и практически все они являются зарубежными. Так, Г. С. Парнелл, Дж. Клобер и др. провели исследование, направленное на создание модели принятия решений по выбору технологий очистки территорий и объектов нефтепромысла. Эта модель включает пять критериев: реализуемость, краткосрочная эффективность, долгосрочная эффективность, снижение токсичности, мобильность и издержки, – которые, в свою очередь, делятся на 21 подкритерий. Многокритериальная теория полезности (MAUT – Multiattribute Utility Theory), входящая в методологию MADM, была здесь использована для определения весовых коэффициентов каждого критерия [5].

Б. Ралстон разработал общую концепцию, которая включает модель жизненного цикла и технологическую оценку рисков различных технологий утилизации отходов объектов нефтяного хозяйства. Его модель использует MAUT для учета предпочтений ЛПР в отношении времени и затрат.

Т. Тиммерман предложил применять MAUT для выбора наименее рискованных технологий разработки месторождений, в то время как Л. Дечейн использовал другой метод MADM – иерархическую аналитическую процедуру Саати (АНР – Analytic Hierarchy Process) – для отбора наиболее перспективных проектов утилизации отходов после прекращения функционирования скважин. Его модель совмещает основные количественные (стоимость и экономия) и качественные (сложность реализации, законодательное регулирование) параметры [8].

Упомянутые выше исследования были сосредоточены на оценке технических рисков и сравнении альтернативных технологий, однако оценка экологического риска не нашла значимого места в данных работах, равно как и не были предприняты попытки учесть предпочтения заинтересованных сторон при принятии окончательного решения.

Г. Апостолакис и его коллеги разработали методологию, включающую в себя метод АНР, диаграммы влияния, MAUT, а также методы оценки рисков для их интеграции в расширенную модель принятия решений с учетом мнения заинтересованных сторон. Здесь АНР используется для построения функции полезности, включающей в себя все рассматриваемые параметры, а затем авторы применяют инструменты MAUT для вычисления ожидаемой полезности рассматриваемых альтернатив.

Е. Бонано в свою очередь предложил учитывать предпочтения заинтересованных сторон, однако неясна его логика при ранжировании параметров. Вместо того чтобы использовать одно значение, он использовал треугольное распределение баллов в рамках АНР, которая, как известно, предусматривает попарное сравнение объектов [4].

М. Роджерс и М. Бруен использовали методологию ELECTRE III при оценке порогового значения шума при реализации проекта автомагистрали в Ирландии, а Эль-

Рашдан использовал методологию PROMETHEE для ранжирования оценок воздействия на окружающую среду проекта канализационных каналов в Иордании. Эта методология была признана в качестве весьма полезной в решении задач со множеством противоречащих критериев [6].

К сожалению, большинство отечественных ученых видят в MADM исключительно базу для разработки автоматизированных систем поддержки принятия решений, претендующих на универсальность и инновационность [2; 3]. Несомненно, данные исследования являются полезными и важными, но затрагивают они совсем другую область – область разработок программного обеспечения принятия решений, в то время как методология принятия таких решений, имеющая определенную специфику в различных отраслях и условиях хозяйствования, остается недостаточно проработанной.

В процессе принятия решений при планировании технических проектов, в той или иной степени оказывающих воздействие на окружающую среду, должно рассматриваться множество факторов: экономические, технологические, социальные, – причем каждый из них включает в себя множество подкритериев, что делает процесс, по своей сути, многовекторным. Даже при допущении, что оценка технических рисков может быть точно определена и исчислена, на практике неопределенность, связанная с такой оценкой, бывает довольно высокой. Ученые и инженеры, проводящие исследования и дающие технико-экономическое обоснование, могут попытаться применить объективный подход к анализу противоречивых данных, однако их собственные решения, которые они принимают на каждой стадии анализа (например, постановка проблемы, выбор точки отсчета, разработка надлежащей модели), могут существенно повлиять на выводы по оценке риска и конечное технико-экономическое обоснование, которые они в дальнейшем представят ЛПР. В большинстве случаев эксперты не отражают в своих отчетах такие аспекты, так что ЛПР трудно определить степень консерватизма, осторожности, с которой эксперт выражает свою позицию. По мнению И. Линькова и Д. Бурмистрова, такая неопределенность входных параметров может в конечном итоге повлиять на величину предполагаемого риска, изменив ее на несколько порядков [7].

Вовлечение в принятие конечного решения по инвестиционному проекту заинтересованных сторон, в том числе акционеров, представляется весьма важным аспектом этого процесса, равно как и внимание к публичному мнению, поскольку каждый подобный проект имеет широкий общественный резонанс. Выборные народные представители часто в той или иной степени оказывают влияние на судьбу проекта (установление технических регламентов, лимитов по выбросу загрязняющих веществ или решение о субсидиарной поддержке), что ярко отражает факт непрямого участия общественности в принятии решения по проекту. В такой ситуации участие заинтересованных сторон в процессе принятия решений ограничено, но тем не менее весомо, что не находит отражения в существующей концепции взаимодействия сторон. Более того, в текущей практике их воздействие трактуется, скорее, как ограничительный фактор. Очевидно, что недопустимо мало усилий прилагается для максимизации удовлетворенности всех заинтересованных сторон, в то время как в большинстве компаний важнейшим критерием выбора составляющих проекта является его соответствие формальным признакам эффективности. В конечном счете, такой подход недостаточно удовлетворяет потребностям и интересам людей, которые в итоге столкнутся с побочными результатами принятого решения, слабо учтенными при его подготовке.

Возрастающий объем зачастую противоречивых сведений, генерируемых в качестве информационной поддержки для ЛПР, а также ограниченная возможность одного или нескольких человек переработать и проанализировать эти факты подчеркивают необходимость разработки легко управляемых методов агрегирования и обработки информации в соответствии с предпочтениями ЛПР и иных сторон, имеющих свою точку зрения касательно проекта. Концепция MADM располагает методами и инструментами,

оказывающими серьезную поддержку при разработке аналитической основы для принятия решения по инвестиционному проекту. Целью MADM не является выделение из множества вариантов одного неоспоримо верного решения, но MADM помогает имплементировать в процесс принятия решения анализ риска, множественность критериев, учет конфликтующих интересов – т. е. те компоненты, которые сделают его комплексным и многосторонним. MADM дает возможность визуализировать компромиссы между противоречивыми критериями и дать количественную оценку неопределенности, присущей высокобюджетным проектам. Этот подход помогает всем лицам, участвующим в принятии решения: техническим экспертам, управленцам, консультантам, акционерам – производить систематический учет информации и применять оценочные суждения для выделения оптимальной для конкретных имеющихся условий альтернативы.

Однако методы MADM имеют как свои плюсы, так и минусы. Несмотря на простоту в применении, элементарные методы (Elementary methods) сводят решение сложных проблем к вырожденной метрике и, таким образом, могут привести к упрощенному и слишком консервативному представлению о проблеме. MAUT является одним из наиболее научно обоснованных методов с прочным фундаментом в теории принятия решений. Он основан на вычислении функции полезности и необходимости нахождения компромиссов, что делает этот метод довольно ресурсозатратным, а это не всегда подходит ЛПП и акционерам. Сравнение и определение весов становится более простым при практическом применении метода АНР, однако теоретическая основа вычислительных алгоритмов, а также присущая ему линейность делают АНР предметом непрекращающихся споров. Метод ранжирования предполагает иной подход: он избегает компенсаторных функций оптимизации, предлагая большую гибкость путем введения полуколичественного распределения. Итоговый выбор одного из озвученных методов вполне может быть обоснован субъективными мотивами (предпочтение частичного / полного компенсаторного подхода или отказ от него) или чисто прагматичным выбором (знакомство с методом или видимая простота его реализации).

Независимо от того, какой аналитический инструмент будет выбран, подготовка решения потребует сложных, часто невыполнимых компромиссов, и это одна из главных причин, по которой методы MADM всё шире используются на практике. Ведь оперирование точными, четко структурированными методами с большой вероятностью выльется в эффективный и действенный процесс принятия решений, выгодно отличающийся от интуитивного и зачастую предвзятого подхода, который нередко наблюдается в практике принятия инвестиционных решений в самых различных отраслях и совершенно недопустим при анализе проектов разведки и добычи нефтяной отрасли, осуществляемых в экологически чувствительных зонах.

Литература

1. Миллер Дж. А. Магическое число семь плюс или минус два. О некоторых пределах нашей способности перерабатывать информацию // Инженерная психология / под ред. А. Н. Леонтьева. М. : Прогресс, 1964. С. 192–225.
2. Система многокритериального анализа решений DECERNSMCDA и ее практическое применение / Б. И. Яцало, С. В. Грицюк, В. И. Диденко, О. А. Мирзеабасов // Программные продукты и системы. 2014. № 2. С. 73–84.
3. Учет неопределенностей в рамках многокритериального анализа решений с использованием концепции приемлемости / Б. И. Яцало, С. В. Грицюк, О. А. Мирзеабасов, М. В. Василевская // Управление большими системами : сб. тр. 2011. № 32. С. 5–30.
4. Application of risk assessment and decision analysis to the evaluation, ranking, and selection of environmental remediation alternatives / E. J. Bonano, G. E. Apostolakis, P. F. Salter, A. Ghassemi, S. Jennings // Journal of Hazardous Materials. 2000. № 71. P. 35–57.

5. INEEL Subsurface Disposal Area (SDA): CERLCA-based decision analysis for technology screening and remedial alternative evaluation / G. S. Parnell, J. Kloeber, D. Westphal, V. Fung. URL: <http://www.inl.gov/technicalpublications/Documents/2699502.pdf> (дата обращения: 22.10.2014).
6. Kahraman C. Fuzzy multi-criteria decision making: theory and applications with recent developments. Springer Science+Business Media LLC, 2008. 591 p.
7. Linkov I., Burnistrov D. Model uncertainty and choices made by modelers: Lessons learned from the International Atomic Energy Agency Model Intercomparisons. Risk Analysis. URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0272-4332.2003.00402.x/abstract;jsessionid=B5252A6BA4427CCA3E1C6B00A94A79E0.f01t04> (дата обращения: 22.10.2014).
8. Sorvari J. Application of risk assessment and multi-criteria analysis in contaminated land management in Finland – monographs of the Boreal environment research Finnish Environment Institute. URL: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/39339/BERMon_37.pdf?sequence=3 (дата обращения: 22.10.2014).

УДК 658.012.4:621.311.001.57

Яркова О.Н., Величко О.А.
Yarkova O.N., Velichko O.A.

МОДЕЛИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПРОВЕДЕНИЯ КОМПЛЕКСА РАБОТ ПО ПРОЕКТУ МОНТАЖА СЕТЕЙ ЭЛЕКТРОСНАБЖЕНИЯ

MODELING STRATEGY REALIZATION OF WORK PACKAGES ON THE PROJECT FOR INSTALLATION OF POWER NETWORKS

В работе предложена математическая модель оптимизации проекта с точки зрения времени и стоимости его выполнения. Разработана методика оценки риска невыполнения проекта в срок, указанный в тендере, и риска превышения стоимости проекта директивного значения. Для рассматриваемого проекта построены шесть альтернативных вариантов графиков проведения комплекса работ. Для каждого сформированы стратегии распределения ресурсов так, чтобы срок и стоимость выполнения проекта не превышали директивных значений. Проведен риск-анализ проекта.

This paper suggests the mathematical model of optimization in respect to time and cost of its implementation. The procedure for risk estimation of the project with the missed deadline and cost overrun is developed. Six alternatives for scheduling work packages are generated. Allocation strategies are formed for each alternative so that the project time and cost do not exceed guideline values. In addition, projects risk analysis is conducted.

Ключевые слова: сетевое планирование, стратегия распределения ресурсов, риск-анализ проекта.

Key words: network planning, allocation strategy resources, projects risk analysis.

В настоящее время существует множество организаций на рынке электромонтажного производства. Электромонтажные организации осуществляют свою деятельность подрядным способом, и заказчики заинтересованы, в основном, в минимальной продолжительности и стоимости проекта. Чтобы электромонтажной организации уложиться в срок и стоимость, заявленные в тендере, избежать возможных проектных рисков, необходим всесторонний анализ как каждого вида работы в отдельности, так и проекта в целом. Разработка более совершенных методов планирования проведения комплекса электромонтажных работ, способствующих ускорению сдачи объектов строительства в эксплуатацию и снижению себестоимости работ, и оценка риска проектов играют ведущую роль в повышении конкурентоспособности и рентабельности деятельности электромонтажных организаций.

Изучением вопросов, связанных с организацией деятельности предприятий путем представления совокупности работ в виде сетевых графиков и дальнейшей их оптимизацией по методу Program (Project) Evaluation and Review Technique (PERT), занимались такие ученые, как С. Элмаграби [7], Дж. Келли [8], А.В. Прицкер [9], Р.М. Слайк [10], Д.И. Голенко [1], С.И. Зуховицкий [4] и другие. Однако в их работах рассматривались только однокритериальные задачи оптимизации. Многокритериальную оптимизацию времени и стоимости выполнения проекта рассмотрели в своей работе И.В. Кононенко и В.А. Мироненко [5], но оптимизацию предлагается проводить только путем выбора наилучшего варианта графа при фиксированном количестве рабочих и механизмов на каждой работе проекта. Изучением и построением системы управления проектными рисками занимались А.Г. Городнов [2], И.Н. Омельченко [6], однако в своих

трудах авторы рассматривают только агрегированные проектные риски. Таким образом, можно отметить актуальность и недостаточную изученность вопросов, связанных с оптимизацией стратегии проведения комплексов работ и управлением рисками проектов проведения электромонтажных работ.

Рассмотрим проект строительства кабельной линии электромонтажной организацией. В соответствии с техническим заданием предусматриваются следующие этапы работ: строительство отпайки, монтаж опоры (строительство воздушной линии); прокладка кабельной линии по населенной местности с пересечением различных инженерных сооружений в траншее и трубах; монтаж устройства заземления опоры. Проектируемая трасса включает семь участков, различающихся структурой местности и грунта.

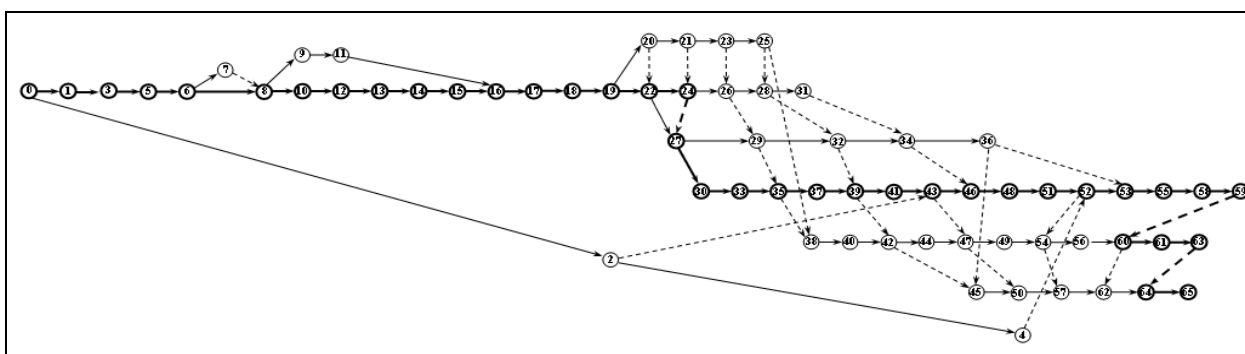
Для рассматриваемого проекта с учетом различных последовательностей проводимых работ по участкам построены шесть альтернативных вариантов сетевых графиков. Фрагмент таблицы наименований работ проектов представлен в таблице 1.

Таблица 1

Фрагмент таблицы наименований работ проектов

Номер работы для каждого варианта графика проведения комплекса работ						Наименование работы
1	2	3	4	5	6	
0-1	0-1	0-1	0-1	0-1	0-1	Инженерно-геодезические изыскания
1-3	1-3	1-3	1-3	1-3	1-3	Погрузочные работы при автомобильных перевозках
...
24-26	24-26	24-26	23-24	38-39	23-24	Разработка грунта в отвал экскаваторами на 3-м участке
29-32	29-31	29-32	26-28	39-40	26-28	Разработка грунта вручную в траншеях на 3-м участке
...
58-59	47-48	47-48	62-63	61-62	61-62	Покрытие кабеля в траншее кирпичом на 7-м участке
60-61	58-59	58-59	64-65	62-63	63-64	Работа на отвале на 7-м участке
61-63	59-61	59-61	65-67	63-64	65-66	Засыпка траншей и котлованов бульдозерами на 7-м участке
64-65	62-63	62-63	68-69	64-65	67-68	Засыпка вручную траншей, пазух котлованов и ям на 7-м участке

Сетевой график, к примеру, для первого варианта проведения работ проекта представлен на рисунке 1. Работы на всех семи участках по этому варианту выполняются параллельно.



Как видно из таблицы 2, наиболее предпочтительными являются первый и четвертый варианты проведения работ проекта, так как продолжительность критических путей их графов среди рассматриваемых вариантов наименьшая. Подрядчиком в тендере было заявлено, что срок проекта должен составлять 30 дней (240 часов) и нужно уложиться в 400 тыс. рублей. Из таблицы 2 видно, что срок проекта по всем рассматриваемым сетевым графикам превышает директивный. Стоимость меньше указанной в тендере.

Таблица 2

Характеристики критических путей сетевых графов

Характеристики	Варианты сетевых графиков					
	1	2	3	4	5	6
Продолжительность критического пути, час	269,48	295,10	276,37	269,48	295,97	276,00

Таким образом, необходимо сократить срок реализации проекта за счет оптимального распределения ресурсов по работам проекта. В частности, одна и та же работа или их комплекс могут быть выполнены с привлечением различного количества рабочих и механизмов (экскаваторов, бульдозеров и т. п.), таким образом, появляются альтернативные варианты, отличающиеся стоимостью работ и временем выполнения. В результате возникает задача оптимизации стратегии выполнения проекта по критериям времени и стоимости. Ограничениями модели являются директивное время (T_{dir}) и стоимость (C_{dir}) выполнения проекта, максимально и минимально возможное количество рабочих и механизмов для выполнения каждой работы.

Модель оптимизации комплекса работ проекта имеет вид:

$$T_{pro} = t_{cr} = \sum_G t(i, j) \rightarrow \min \quad (1);$$

$$C_{pro} = \sum_A c(i, j) \rightarrow \min \quad (2);$$

$$T_{pro} \leq T_{dir} \quad (3);$$

$$C_{pro} \leq C_{dir} \quad (4);$$

$$x_p^{\min}(i, j) \leq x_p(i, j) \leq x_p^{\max}(i, j), \quad x_p(i, j) \in Z, \quad (i, j) = \overline{1, n} \quad (5);$$

$$x_m^{\min}(i, j) \leq x_m(i, j) \leq x_m^{\max}(i, j), \quad x_m(i, j) \in Z, \quad (i, j) = \overline{1, n} \quad (6);$$

где T_{pro} – длительность выполнения всех операций проекта, рассчитывается как длина критического пути; G – множество работ критического пути; A – множество работ проекта; C_{pro} – затраты на осуществление проекта; n – количество работ проекта; $c(i, j)$ – стоимость выполнения работы (i, j) ; $x_p(i, j)$ – количество рабочих на работе (i, j) ; $x_m(i, j)$ – количество используемых механизмов на работе (i, j) ; $x_p^{\min}(i, j)$, $x_p^{\max}(i, j)$ – минимально и максимально возможное число рабочих на работе (i, j) ; $x_m^{\min}(i, j)$, $x_m^{\max}(i, j)$ – минимально и максимально возможное число механизмов на работе (i, j) .

Временные и стоимостные затраты на выполнение работ проекта рассчитываются в зависимости от количества занятых рабочих и механизмов по формулам (7) – (8):

$$t(i, j) = v_p(i, j) \left(k_p^t(i, j) \right)^{x_p(i, j) - x_p^{\min}(i, j)} + v_m(i, j) \left(k_m^t(i, j) \right)^{x_m(i, j) - x_m^{\min}(i, j)} \quad (7);$$

$$c(i, j) = w_p(i, j) \left(k_p^c(i, j) \right)^{x_p(i, j) - x_p^{\min}(i, j)} + w_m(i, j) \left(k_m^c(i, j) \right)^{x_m(i, j) - x_m^{\min}(i, j)} \quad (8),$$

где $v_p(i, j)$, $v_m(i, j)$ – время работы минимально возможного количества рабочих и механизмов соответственно на работе (i, j) ; $k_p^t(i, j)$, $k_m^t(i, j)$ – коэффициент снижения количества часов работы рабочих и механизмов соответственно на работе (i, j) при увеличении их числа на 1 единицу; $w_p(i, j)$, $w_m(i, j)$ – стоимость работы минимально возможного количества рабочих и механизмов соответственно на работе (i, j) ; $k_p^c(i, j)$ – коэффициент повышения стоимости работы трудовых ресурсов на работе (i, j) при увеличении числа рабочих на 1 единицу; $k_m^c(i, j)$ – коэффициент повышения стоимости работы механизмов на работе (i, j) при увеличении числа механизмов на 1 единицу.

Алгоритм решения задачи (1) – (8):

1. Задаем по проекту T_{dir} , C_{dir} , n , k – количество реальных работ проекта; для каждой работы (i, j) : $w_p(i, j)$, $w_m(i, j)$, $v_p(i, j)$, $v_m(i, j)$, $x_p^{\min}(i, j)$, $x_p^{\max}(i, j)$, $x_m^{\min}(i, j)$, $x_m^{\max}(i, j)$, $k_p^t(i, j)$, $k_m^t(i, j)$, $k_p^c(i, j)$, $k_m^c(i, j)$.

$$2. \quad x_p^0(i, j) = x_p^{\min}(i, j), \quad x_m^0(i, j) = x_m^{\min}(i, j), \quad (i, j) = \overline{1, n}.$$

3. Упорядочиваем все работы в порядке убывания доли их вклада в сокращение времени и увеличение стоимости проекта, рассчитываемого по формуле:

$$d(i, j) = s_1 \frac{T_{dir} - (t(i, j) - (k_p^t(i, j)w_p(i, j) - k_m^t(i, j)w_m(i, j)))}{T_{dir}} + \\ + s_2 \frac{C_{dir} - (c(i, j) - (k_p^c(i, j)v_p(i, j) - k_m^c(i, j)v_m(i, j)))}{C_{dir}},$$

где s_1, s_2 – веса для целевых функций времени и стоимости проекта (задаются экспертами).

4. Принимаем $i_l = 1$, где i_l – номер работы (i, j) в упорядоченной совокупности.

$$5. \quad \text{Полагаем } i_2^{i_l} = x_p^{\min}(i, j), \quad i_3^{i_l} = x_m^{\min}(i, j).$$

$$6. \quad \text{Принимаем } x_p^{i_l} = i_2.$$

$$7. \quad \text{Принимаем } x_m^{i_l} = i_3.$$

$$8. \quad \text{По формулам (7), (8) вычисляем } t_{i_2, i_3}^{i_l}, \quad C_{i_2, i_3}^{i_l}.$$

$$9. \quad \text{Определяем временные характеристики сетевых графиков } (t_{cr})_{i_2, i_3}^{i_l}.$$

10. Вычисляем $T_{i_2, i_3}^{i_l}$, $C_{i_2, i_3}^{i_l}$ по формулам (1), (2) соответственно. Проверяем выполнение ограничений (3), (4). Если выполняется, то к шагу 14, иначе $i_3 = i_3 + 1$; шаг 11.

11. Проверяем условие (6). Если выполняется, то к шагу 7, иначе $i_2 = i_2 + 1$; шаг 12.

12. Проверяем условие (5). Если выполняется, то к шагу 6, иначе $i_l = i_l + 1$; шаг 13.

13. Если $i_l \leq k$, то переходим к шагу 5, иначе шаг 14.

14. Конец алгоритма.

Алгоритм реализован в программном средстве «Оптимизация проекта с точки зрения времени и стоимости его выполнения». В соответствии с разработанным

алгоритмом произведена оптимизация графиков проведения работ проекта. Стратегия распределения ресурсов по работам, к примеру, для некоторых работ первого варианта сетевого графика представлена в таблице 3.

Таблица 3

**Фрагмент таблицы распределения ресурсов по работам проекта
для первого варианта графика проведения работ**

Работа	До оптимизации		После оптимизации	
	Р	М	Р	М
...
Устройство трубопроводов на 3-м участке	1	0	2	0
Прокладка кабеля на 3-м участке	2	1	3	1
...
Засыпка траншей и котлованов бульдозерами на 7-м участке	0	1	0	1
Засыпка вручную траншей, пазух котлованов и ям на 7-м участке	1	0	1	0

Примечание: Р – рабочие, М – механизмы.

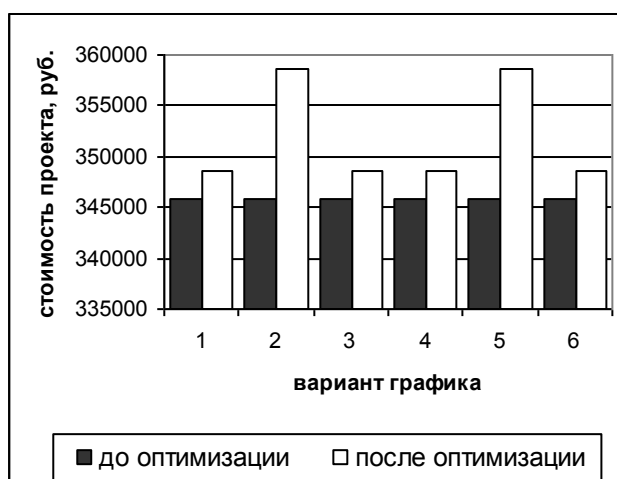
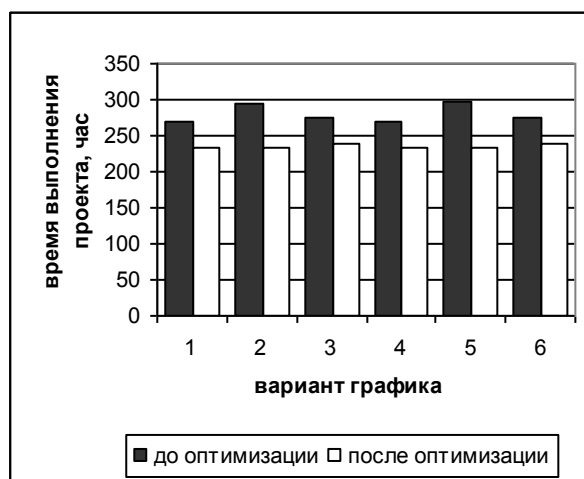


Рис. 2. Диаграммы времени выполнения и стоимости проекта до и после оптимизации

Чтобы продолжительность проекта по первому варианту не превышала директивного значения, равного 240 часам, необходимо, к примеру, добавить на работы

«Устройство трубопроводов из асбестоцементных труб на третьем участке» и «Прокладка кабеля на третьем участке» по одному рабочему. Характеристики проекта для разных сетевых графиков до и после оптимизации представлены на рисунке 2.

После оптимизации минимальная стоимость в размере 348 529 рублей наблюдается на первом, третьем, четвертом и шестом вариантах проведения комплекса работ проекта. Наиболее предпочтительным среди вариантов с наименьшей стоимостью являются первый и четвертый, так как продолжительность проекта по ним минимальна и составляет 232 часа.

При выполнении строительных работ электромонтажная организация сталкивается с различными проектными рисками. Поэтому важно оценить вероятность успешной реализации проекта. Одной из главных задач на стадии разработки исходного плана является получение достоверной оценки стоимости и времени выполнения проекта в целом. При составлении проекта электромонтажных работ важно оценить риск невыполнения проекта в установленные сроки. Если риск превышения указанной заказчиком продолжительности проекта слишком велик, то проектировщикам необходимо пересматривать топологию графика, анализировать работы, принадлежащие критическому пути. Для определения числовых характеристик продолжительности и стоимости проекта используется метод имитационного моделирования. Методика оценки риска невыполнения проекта в срок и риска превышения стоимости проекта директивного значения представлена на рисунке 3.



Рис. 3. Методика оценки риска проекта

Временные затраты работ моделировали по бета-распределению [6]. С помощью разработанного авторами программного средства для рассматриваемых вариантов проведения комплекса работ проекта были сформированы выборки продолжительностей и стоимостей проекта, оценки точечных характеристик которых представлены в таблице 4.

Срок проекта является случайной величиной, поэтому для оценки вероятности невыполнения проекта в срок необходимо оценить закон распределения времени выполнения проекта. Для плотностей распределения продолжительностей проекта ни один из стандартных законов распределения не подтвердился, поэтому их аппроксимировали отрезком обобщенного ряда Фурье по системе ортогональных полиномов Чебышева (рисунок 4).

Таблица 4

Оценки точечных характеристик продолжительности и стоимости проектов

График	Время / стоимость	Мин. значение	Макс. значение	Мат. ожидание	Ср. квадр. откл.	Медиана	Коэф. вариаци., %
1	Время	110,5	249,4	223,8	15,5	228,0	6,9
	Стоимость	343249,4	710590,0	347292,1	7082,4	346295,4	2,0
2	Время	173,7	250,0	234,8	5,8	236,6	2,5
	Стоимость	343639,6	730547,5	364793,5	33251,8	351957,8	9,1
3	Время	161,5	249,4	231,9	8,9	234,5	3,8
	Стоимость	343612,8	693878,4	354571,7	21544	347639	6,1
4	Время	144,3	246,2	231	9,7	233,8	4,2
	Стоимость	343578,6	690409,5	351868,7	16322,3	347313	4,6
5	Время	181,4	253,7	236	4,5	237,5	1,9
	Стоимость	343911,4	758576,3	373419,4	38706,9	358760,6	10,4
6	Время	154,5	244	230,8	9,8	233,6	4,3
	Стоимость	343749,4	681871,5	351350,5	14972,9	347185,8	4,3

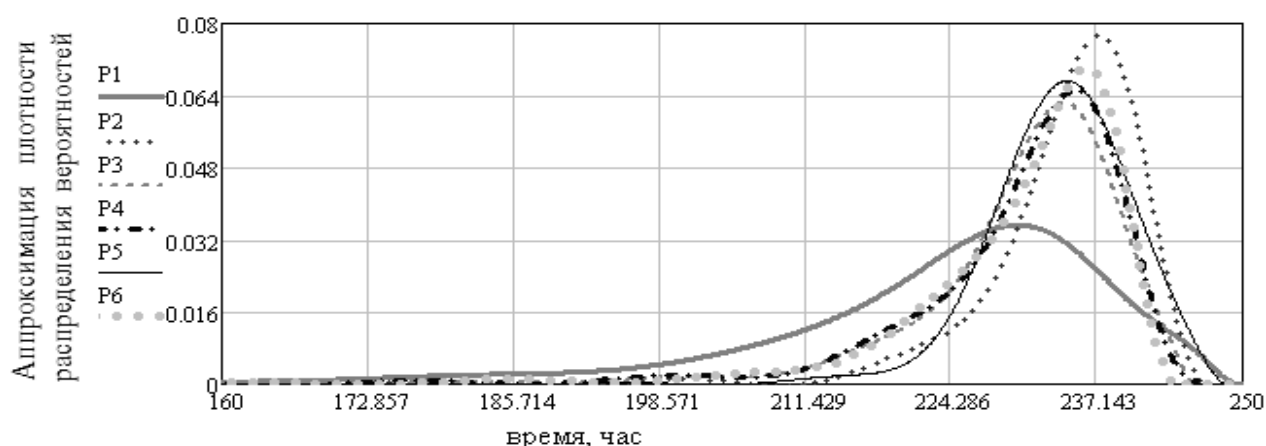


Рис. 4. Графики аппроксимации плотностей распределения продолжительности проекта для рассматриваемых вариантов графиков проведения работ проекта

Примечание: P_i – аппроксимация плотности распределения вероятностей продолжительности проекта для i -го варианта сетевого графика.

Анализируя графики и оценки точечных характеристик, можно сделать вывод, что четвертый и шестой варианты проведения работ проекта характеризуются наименьшими значениями риска с точки зрения вариации параметров по времени и по стоимости. Наименьшим риском по стоимости проекта характеризуется первый вариант графика проведения работ проекта, по времени – пятый. Оценки вероятностей невыполнения проекта в срок для рассматриваемых вариантов сетевых графиков представлены в таблице 5. Все рассматриваемые варианты характеризуется невысоким риском невыполнения проекта в срок. Наибольший риск соответствует второму варианту проведения работ проекта, минимальный – шестому.

Таблица 5

Оценки вероятностей невыполнения проекта в срок для рассматриваемых графиков

	Вариант сетевого графика					
	1	2	3	4	5	6
Оценка вероятности невыполнения проекта в срок	0,087	0,182	0,096	0,079	0,158	0,061

Аналогично оценили риски превышения стоимости проекта директивного значения в 400 000 руб. Диаграмма оценок вероятностей превышения стоимости проекта директивного значения для каждого варианта сетевого графика представлена на рисунке 5. Все рассматриваемые варианты последовательностей проведения работ проекта характеризуются невысоким риском превышения стоимости проекта директивного значения. Наибольший риск соответствует пятому варианту проведения работ проекта, минимальный – первому.

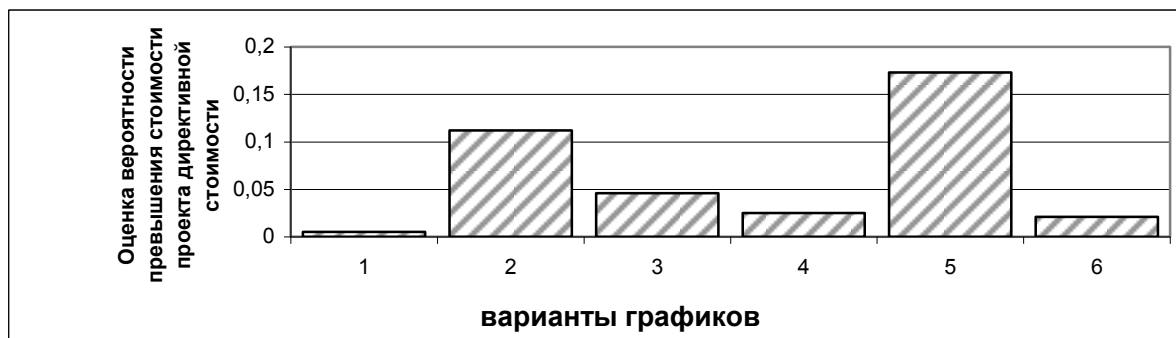


Рис. 5. Диаграмма оценок вероятностей превышения стоимости проекта директивной стоимости для рассматриваемых вариантов графиков проведения работ проекта

Так как первый вариант последовательности проведения работ является наименее рисковым с точки зрения превышения стоимости проекта установленного значения и имеет невысокий риск невыполнения проекта в срок, то можно сделать вывод, что он является наиболее предпочтительным вариантом среди рассматриваемых.

В работе рассмотрен проект по строительству кабельной линии электромонтажной организацией. Для рассматриваемого проекта с учетом различных последовательностей проводимых работ построены шесть альтернативных вариантов сетевых графиков, для которых проведен сравнительный анализ. Построена математическая модель оптимизации проекта с точки зрения времени и стоимости его выполнения, для реализации которой предложен алгоритм, использованный в программном средстве. Определена стратегия распределения ресурсов по работам. Предложена методика оценки риска проекта. Проведен анализ риска невыполнения проекта в срок, указанный в тендере, и риска превышения стоимости проекта директивного значения.

Литература

1. Голенко Д. И. Статистические методы сетевого планирования и управления. М. : Наука, 1968. 400 с.
2. Городнов А. Г., Воронцов А. В., Ефимычев Ю. И. Построение системы управления проектными рисками // Финансы и кредит. 2004. № 9. С. 64–67.
3. Ещенко Р. В. Двухоценочные модели управления проектными рисками : автореф. дис. ... канд. техн. наук. Воронеж, 2014. 28 с.
4. Зуховицкий С. И., Радчик И. А. Математические методы сетевого планирования. М. : Наука, 1965. 296 с.
5. Кононенко И. В., Мироненко В. А. Математическая модель и метод оптимизации содержания проекта с точки зрения времени и стоимости его выполнения // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. 2010. № 1/2 (43). С. 12–17.
6. Омельченко И. Н., Лазаренко А. Г. Формирование общего подхода к оцениванию интегрального риска проектов // Вестник машиностроения. 2008. № 7. С. 72–74.
7. Elmaghraby S. The theory of networks and management science // Mngm. Sci. 1970. № 17(2). P. 59–67.

8. Kelley J. E. Critical-path planning and scheduling: mathematical basis // Operation Research. 1961. IX. № 3. P. 37–42.
9. Pritsker A. A., Pritsker A. B. Modeling and analysis using Q – GERT Network. New-York : John Wiley & Sons, 1977. 382 p.
10. Slyke R. M. The PERT and Monte-Cado method // Operation Research. 1963. № 5. P. 849–861.

УДК 339.138:391

Макаров А.А., Гаврилина О.П.
Makarov A.A., Gavrilina O.P.

**ХАРАКТЕРИСТИКА ЭЛЕМЕНТОВ КОНЦЕПЦИИ «МАРКЕТИНГ-МИКС»
И СООТВЕТСТВУЮЩАЯ ИМ ПРАКТИКА РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ,
РАБОТАЮЩИХ В СЕГМЕНТЕ ТОВАРОВ КЛАССА «ЛЮКС»**

**CHARACTERISTIC OF ELEMENTS OF THE CONCEPT "MARKETING-MIX"
AND PRACTICE OF THE RUSSIAN COMPANIES
WORKING IN THE SEGMENT OF GOODS OF THE CLASS "LUXURY"**

В публикации проанализированы аспекты современной маркетинговой концепции «6Р маркетинга роскоши» применительно к продукции класса «премиум» на потребительском рынке России. Также представлен обзор практической деятельности хозяйствующих субъектов, работающих в данном сегменте.

The aspects of the modern marketing concept "6P's of Luxury Marketing" in relation to the class "premium" production, which is on the Russian consumer market are analysed in the article. The review of practical activities of the managing subjects working in this segment is also submitted.

Ключевые слова: индустрия моды, товары класса «люкс», маркетинговая концепция, особенности разработки, продвижения и реализации товаров класса «люкс».

Key words: fashion industry, class "luxury" goods, marketing concept, features of development, advance and realization of goods of the class "luxury".

Индустрия моды – значимая сфера для внедрения и использования маркетинга, который не только помогает добиться успеха в конкурентной борьбе, но и содействует росту компании посредством увеличения лояльности покупателей к бренду модных изделий. Во многом этому способствует стратегическая деятельность хозяйствующих субъектов, которая соответствует элементам «отраслевой» концепции «6Р маркетинга роскоши».

Индустрия моды, где всегда большое значение играли торговая марка компании, её репутация и престиж, напрямую зависит от реакции потребителя, которого пытаются постоянно «привязать» к определенному модельеру и бренду. Цель индустрии моды, как и самого маркетинга, состоит в улучшении качества продукции, услуг и условий их приобретения, что в конечном итоге приведет к росту уровня жизни в определенной стране. Маркетинг моды способствует лучшему налаживанию контакта с потребителем, привлекая его внимание к представляемой одежде, различным аксессуарам и обуви.

Для индустрии моды, где обращаются товары класса «люкс» (премиум), характерна сильная конкуренция, поэтому маркетинг предлагает особые технологии, позволяющие удерживать лидерские позиции на рынке. Известно, что маркетинг не ограничивает свою деятельность только рекламой и сбытом товара, он занимается исследованием того, что необходимо производить.

В коммуникационном инструментарии маркетинга находятся связи с общественностью, стимулирование сбыта, прямой маркетинг и реклама. Они могут использоваться по отдельности или в совокупности, образуя эффективный комплекс маркетинга, который называется «маркетинг-микс» и представляет собой наиболее значимый способ конкурентной борьбы.

Новейшей «отраслевой» концепцией является концепция «6Р маркетинга роскоши», считающаяся тем механизмом, от которого зависит успех или провал маркетинговой и брендинговой стратегии «люксовых» товаров на рынке.

Далее рассмотрим элементы этой концепции [1; 4].

Продукт. Для маркетинга роскоши существование продукта является основой для последующих действий. Любой из «люксовых» товаров обязательно имеет ряд ключевых характеристик:

а) высокое качество и роскошь: все составляющие «люксового» продукта должны быть исключительно высокого происхождения, а производство такого товара – эталонным в своей категории;

б) наследие вместе с историей создания бренда и аутентичностью формирует его индивидуальность. Понятие «наследие» может включать множество элементов (от истории происхождения до упоминаний о знаменитых или значимых клиентах);

в) целостность: под целостностью понимается стилистическая преемственность, следование традициям производства или культуры потребления;

г) высокая цена, которую потребители склонны воспринимать как гарантию качества;

д) пятая характеристика свидетельствует о редкости (дефицитности) компонентов «люксового» продукта или же об ограниченном доступе к нему (например, предварительный заказ). Редкость товара категории «люкс» воспринимается потребителями как престижность и респектабельность;

е) неутилитарность товара означает, что его потребление опирается не на функциональные характеристики, а на эмоции, которые продукт вызывает у владельца.

Существует альтернативный подход в изучении товара класса «люкс», который был предложен в 2009 г. британскими специалистами [8, с. 14]. Они выделили девять ключевых атрибутов бренда, которые позволяют создавать, развивать и поддерживать именно модный бренд на рынке роскоши:

- идентичность бренда (brand identity);
- маркетинговые коммуникации (marketing communications);
- целостность продукта (product integrity);
- дизайнерская подпись (design signature);
- премиальная цена (premium price);
- эксклюзивность (exclusivity);
- наследие (heritage);
- окружающая среда и обслуживание (environment & service);
- культура (culture).

Далее раскроем субхарактеристики данного подхода.

Идентичность бренда состоит из эмоционального призыва, вдохновения, ценности и глобальной маркетинговой стратегии.

Понятие маркетинговых коммуникаций в данной модели рассматривается как использование традиционных видов рекламы, спонсорство, фэшн-шоу, использование знаменитостей в рекламе и PR.

Целостность продукта подразумевает наличие функциональности, качества товара и применение ремесленного искусства, а также использование инноваций и существование сезонных продуктов в коллекциях.

Дизайнерская подпись формируется через создание и выпуск продуктов-«икон», креативное управление, упаковку, внешние атрибуты бренда и узнаваемый стиль.

Премиальная цена должна соответствовать позиционированию бренда.

Эксклюзивность поддерживается через ограниченный тираж продуктов.

Наследие бренда приумножается путем его исторического позиционирования и через тиражирование интересных историй, связанных с его использованием или со знаменитыми людьми, которые являлись его клиентами.

Окружающая среда и обслуживание предполагают контроль за престижной дистрибуцией в глобальном масштабе; превосходное обслуживание; прямой контроль за «флагманскими» магазинами.

И последняя характеристика – культура – опирается на внутреннюю приверженность к бренду, внешние обязательства и партнерства с ним.

При разработке товаров класса «люкс» уделяется внимание таким важным аспектам, как:

- строгое соблюдение требований к качеству на всех этапах производства;
- использование материалов высочайшего качества;
- внедрение инновационных технологий;
- оригинальный и привлекательный дизайн продукта;
- классические, не подверженные влиянию времени стандарты [5, с. 33].

Ценообразование является важной характеристикой «люксовых» товаров. Потребитель формирует мнение о ценности продуктов, руководствуясь в качестве главного критерия их стоимостью. Именно этот атрибут позволяет создавать «ауру» высокого качества и престижа.

Данные товары традиционно следуют стратегии премиального ценообразования, тем самым подчеркивая силу своего бренда, высокое качество и эксклюзивность, свою дифференциацию от модных брендов массового рынка. Целевая аудитория люксового сегмента менее чувствительна к ценам.

Место сбыта – совокупность всех каналов дистрибуции, которые используются для продажи товаров и услуг конечным потребителям [7, с. 67]. Можно выделить основные требования к каналам розничной торговли:

- место расположения торгового предприятия;
- удобство совершения покупок;
- ассортимент продукции;
- соответствие статусу и имиджу «люксового» бренда.

Важнейшей задачей деятельности «люксовых» брендов является жесткий контроль эффективности каналов дистрибуции; в настоящее время они предпочитают делать акцент на четырех основных формах дистрибуции и их комбинации [7, с. 71]:

- собственные магазины брендов (отдельные магазины или арендованные отделы в дорогих универмагах);
- продажа лицензий спонсорам; вместе с тем продажи товаров сложно контролировать и это часто приводит к падению престижности бренда;
- Интернет – новый канал продаж, который становится важным для «люксовых» брендов;
- продажа по каталогам (данная форма менее популярна по сравнению с вышеперечисленными).

Наиболее распространенным каналом дистрибуции для товаров класса «люкс» являются собственные магазины бренда. Это позволяет создать «ауру эксклюзивности», так как процесс реализации продукции находится под полным контролем бренда. При этом магазин может служить эффективным средством создания и поддержания имиджа.

По нашему мнению, правильный выбор канала дистрибуции «люксовых» товаров обеспечивает увеличение продаж и повышает рентабельность компании, а также способствует росту удовлетворенности потребителей и укреплению их лояльности к бренду.

Следующей маркетинговой стратегией компании сегмента «люкс» является *продвижение товара*. Известны такие наиболее эффективные средства повышения известности, как реклама, PR, прямой маркетинг, личные продажи, спонсорство [2, с. 232].

Рекламу чаще всего считают инструментом продвижения для массового рынка, так как она связана с использованием СМИ. Традиционно «люксовые» бренды размещают рекламу в «глянцевых» журналах, бизнес- и «узких» целевых изданиях, где она дает возможность потребителю ознакомиться с историей бренда, его индивидуальностью и эксклюзивностью.

PR – инструмент продвижения товара класса «люкс», который включает в себя совокупность спланированных мероприятий. Они нацелены на создание репутации бренда и поддержание взаимопонимания с целевой аудиторией. Здесь преследуются несколько основных целей: убедить потребителей роскоши в аутентичности бренда и в некоторых случаях повлиять на их отношение к определенному бренду и его предложениям.

Прямой маркетинг – направленное общение бренда с потребителем. Его целью является умение вызвать у потребителя определенную реакцию на товар и заставить потребителя вступить во взаимодействие с данным брендом.

Личные продажи – этот метод можно назвать одним из самых эффективных способов предоставления эксклюзивных услуг, направленных на удовлетворение пожеланий потребителей. Как известно, в люксовом сегменте сервис играет ключевую роль. Метод личных продаж может принимать такие формы сервиса, как предоставление персонального шоппинг-консультанта, «закрытые» презентации новых товаров, специальные предложения для потребителей и индивидуальный подход к ним [1, с. 271].

Спонсорство – данный метод нацелен на формирование положительного имиджа бренда и на усиление его авторитета. Предполагает финансирование определенных мероприятий в сфере культуры, искусства, спорта.

Интересен в этом направлении опыт Bosco di Ciliegì (в переводе с итальянского «черешневый лес») – российской компании, главного акционера ОАО «ГУМ» (Москва) и владельца сети магазинов, реализующих одежду и предметы роскоши. История создания компании началась в 1991 г. Она является генеральным партнёром Олимпийской команды России и официальным поставщиком экипировки на Олимпийских Играх, в том числе в Солт-Лейк-Сити (2002 г.), Афинах (2004 г.), Турине (2006 г.), Пекине (2008 г.), Ванкувере (2010 г.), Лондоне (2012 г.) и Сочи (2014 г.). С 2009 г. Bosco di Ciliegì является также официальным экипировщиком украинской олимпийской сборной. С октября 2009 г. компания и её торговая марка Bosco Sport стали Генеральным партнером зимних Олимпийских и Паралимпийских игр 2014 г. в городе Сочи. В 2011 г. компания заключила спонсорский контракт на восемь лет с олимпийской сборной Испании

Одновременно компания проводит клиентские Недели моды BOSCOFASHIONWEEK – весной и BOSCOAFASHIONWEEK – осенью. Bosco di Ciliegì является организатором и устроителем Открытого фестиваля искусств «Черешневый лес», проходящего в мае, и Большого Зимнего ГУМ-Катка на Красной площади Москвы, открывающегося в декабре каждого года [6].

Люди – это все те, кто участвует в деятельности бренда (специалисты по разработке и продвижению продуктов и услуг, бренд-менеджеры, клиенты компании). Их отношение к бренду имеет огромное влияние на результаты деятельности компании. Важным аспектом является построение диалога с потребителем.

Всех людей, задействованных в секторе товаров класса «люкс», разделяют на три группы:

- сотрудники;
- представители «люксового» бренда;
- потребители / клиенты.

Первую и самую важную линию взаимодействия представляют сотрудники (продавцы розничных магазинов или персонал службы по работе с клиентами), которые выступают в роли представителей бренда. Потребители товаров класса «люкс» требуют повышенного уровня сервиса по отношению к себе. Поэтому люди, которые взаимодействуют с ними, должны обладать высоким профессионализмом и быть компетентными во всех вопросах касательно реализуемых продуктов, быть стильными и элегантными, тем самым соответствовать «ауре бренда». В этой связи необходимо выделять средства на обучение персонала, организуя для него тренинги продаж, обслуживания клиентов и изучения специфики работы с каждым конкретным «люксовым» брендом [1, с. 273].

Значимой функциональной обязанностью при работе с данной группой людей является обеспечение контроля. По нашему мнению, наиболее эффективным методом выявления недостатков системы продаж в направлении работы персонала, мерчандайзинга, ассортимента, предоставляемого сервиса, возможной коррупции является «тайный покупатель» (Mystery shopping) – исследование, при котором специально подготовленные люди выступают в роли реальных покупателей товаров или услуг. Здесь важно отметить, что оценка «тайный покупатель» должна являться частью системы управления персоналом и оказывать влияние на доходы проверяемых сотрудников [3, с. 56].

Представители «люксовых» брендов (креативные директора, дизайнеры, главные руководители компаний) – люди, которые наполняют бренд индивидуальностью и способствуют его продвижению.

«Люксовый» сегмент в моде всегда ориентирован на потребителя /клиента. Чтобы преуспеть в данном сегменте, необходимо досконально его знать.

В настоящее время радикально изменился потребитель предметов роскоши: люди, их приобретающие, хорошо информированы, чрезвычайно требовательны, стремятся подчеркнуть свою индивидуальность. На наш взгляд, изменение характеристик потребителя было вызвано несколькими факторами, среди которых Интернет, глобализация, появление нового класса предметов массовой роскоши, массовая иммиграция, глобальные возможности финансового роста, быстрый рост дешевых брендов массовой моды, возникновение новых рынков сбыта, а также превращение «люксовых» торговых марок в бренд, олицетворяющий определенный стиль жизни.

Современного потребителя предметов роскоши нужно удивлять, завлекать, покорять. Кроме того, число конкурентов постоянно увеличивается, и компаниям становится все труднее заинтересовать потребителей своими товарами, привлекать новых клиентов и удерживать тех, у кого уже сформировалась лояльность к их бренду. Сегодня потребители предметов роскоши требуют к себе индивидуального подхода со стороны «люксовых» брендов, что должно проявляться и в предоставляемых им услугах, и в предлагаемых товарах.

В настоящее время всех потребителей товаров класса «люкс» можно разделить на две большие группы (табл.).

Таблица

Классификация потребителей товаров класса «люкс» [8]

Традиционные потребители роскоши	Новые потребители роскоши
Люди, которые были воспитаны в традициях уважения к таким брендам, как Christian Dior и Hermes	Данная группа более многочисленна, и ее представителей уже нельзя заинтересовать одним лишь именем известного бренда. Они хотят получать полный набор продуктов и услуг, имеющих для них особую ценность в силу своей инновационной природы и благодаря тому, что позволяют им испытать незабываемые и неповторимые ощущения

Лояльность покупателя к «люксовым» брендам возможна только при условии его веры в то, что они выполняют свои обещания и превзойдут его самые смелые ожидания, спектр которых охватывает удовлетворение функциональных и символических потребностей. Функциональные потребности заключаются в получении осязаемых и практических благ посредством того или иного продукта. Символические потребности связаны с получением неосязаемых благ, относящихся к сфере эмоциональной и психологической жизни потребителя, включая потребность в самоутверждении, упрочении своего социального статуса и самовыражении.

Позиционирование в маркетинговой стратегии компании класса «люкс» представляет собой совокупность всех принимаемых брендом решений, которые, в свою очередь, определяют, какое место он занимает на рынке и каким образом конкурирует с другими его участниками.

Важными элементами в позиционировании должны стать исследования, которые позволяют компании создавать высокую ценность своих предложений для потребителей. В связи с этим стратегия позиционирования направлена на проведение анализа деятельности конкурентов. Данная стратегия будет являться ориентиром в ходе оценки различных решений, которые принимает компания относительно её продукции.

Интересный опыт «территориального» позиционирования путем концентрации магазинов, центров по реализации предметов и услуг роскоши продемонстрировала компания Мерсугу, основанная в 1994 г. Так, в Москве «центром притяжения» к предметам роскоши стал Третьяковский проезд, где с конца XIX века располагались известные частные магазины готового платья, парфюмерии, часов, филиалы крупных фирм и влиятельные банки. После проведенной компанией Мерсугу реставрации старинных зданий современный Третьяковский проезд сохранил свой исторический облик и первоначальное назначение: в настоящее время в нем расположены бутики лучших мировых брендов, спа-салон и ресторан авторской кухни. Третьяковский проезд – одно из самых престижных мест для шопинга и отдыха в самом сердце Москвы, а также настоящее украшение исторического центра столицы [9].

Таким образом, в секторе товаров класса «люкс» продукты и их характеристики имеют первостепенное значение. Данные товары выступают в роли материальных объектов желания, а источником нематериальных благ, которые они представляют, служат бренд, атмосфера магазина, обслуживание и гарантия. Все «люксовые» товары дают потребителю нечто большее, чем простые функциональные выгоды. Обладая данными товарами, он создает статус, который олицетворяет престиж, хороший вкус и материальный достаток.

Литература

1. Гаврилина О. П., Цветкова А. Б. Уровень сервиса как элемент бренда магазинов класса люкс // Бренд-менеджмент. 2013. № 4 (71). С. 271–275.
2. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. СПб. : Питер, 2012. 816 с.
3. Парамонова Т. Н., Красюк И. Н., Лукашевич В. В. Маркетинг торгового предприятия / под ред. Парамоновой Т. Н. М. : Дашков и К, 2013. 224 с.
4. Aaker D. Managing Brand Equity. New York : The Free Press, 1991. 192 p.
5. Alleres D. Luxe: Metiers et Management Atypiques. Paris : Economica, 2003. 128 p.
6. Bosco di Ciliegi. URL: <http://bosco.ru> (дата обращения: 12.09.2014).
7. Doyle P. Marketing Managment and Strategy. Harlow, Essex : Pearson Education Ltd., 2002. 228 p.
8. Fionda A. M., Moore Ch. M. The Anatomy of the Luxury Fashion Brand. //Journal of Brand Management. 2009. № 1. P. 12–16.
9. MERCURY. URL: <http://mercury.ru> (дата обращения: 12.09.2014).

УДК 338.242.2(470.45)

Стрельцова Н.В.
Streltsova N.V.

ПРОЕКТ «ВОЛГОГРАДСКОЕ КАЧЕСТВО» КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННО-АКТИВНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

THE PROJECT "VOLGOGRAD QUALITY" AS THE TOOL OF SUPPORTING INNOVATION-ACTIVE ENTERPRISES OF THE REGION

Межрегиональная конкуренция приводит к необходимости постоянного поиска новых путей развития территорий и повышения конкурентоспособности региональных экономик. На современном этапе развития проходит эволюция проектов регионального брендинга в сторону изменения имиджевой политики и маркетинга регионов в целом через продвижение эксклюзивных региональных отличий.

Interregional competition causes the need to seek new ways of development of territories and raise of competitiveness of regional economies. One of the widespread means of realization of support programmes of local producers in Russia is regional quality marks introduced by regional contests of quality, a system of the voluntary certification of firms and their products which can reveal poor quality of goods. There is an evolution of branding and marketing projects.

Ключевые слова: местный товаропроизводитель, программы поддержки местных производителей, региональный брендинг, инновации, инновационное развитие, новые технологии, продвижение продукции на рынок, конкурентоспособность.

Key words: local producer, support programmes of local producers, regional branding, innovations, innovative development, new technologies, market promotion, competitiveness.

В целях защиты национальных интересов Российской Федерации Президент подписал указ «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности РФ», который ограничивает осуществление внешнеэкономических операций, предусматривающих ввоз на территорию РФ отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Правительству РФ был дан ряд поручений, в том числе по обеспечению разработки и реализации комплекса мероприятий, направленных на увеличение предложения отечественных товаров, совместно с объединениями товаропроизводителей, торговых сетей и организаций.

Вынужденные ограничительные меры, с одной стороны, открывают возможности для развития российских производств и ресурсов, с другой стороны, отсутствие здоровой конкуренции делает отечественные товары востребованными лишь на внутреннем рынке, что может привести к снижению экспорта и сокращению валютных поступлений.

Таким образом, создаваемый на импортозамещающих производствах товар должен быть ориентирован не только на внутренний рынок, но и на внешний, поскольку только в этом случае уровень конкурентоспособности продукции будет приемлемым и достигнутые в результате успехи не будут бесславно потеряны при возвращении к привычному для данной страны курсу.

Для поддержания конкурентоспособности локального товаропроизводителя, а именно стимулирования разработки и внедрения инноваций, формирования инновационного потенциала российских предприятий, на наш взгляд, необходима эффективная система управления инновационной деятельностью российских предприятий в условиях импортозамещения, а также требуется алгоритм ее реализации.

Регионы в этих условиях должны выступать как самостоятельные субъекты, которые могут осуществлять собственную экономическую политику с условием инвестиционной безопасности, применяя набор экономических инструментов для сохранения и улучшения своих позиций, могут выходить на национальный рынок в качестве полноправного участника конкурентных процессов. При этом межрегиональная конкуренция приводит к необходимости постоянного поиска новых путей развития территорий и повышения конкурентоспособности региона через нахождение, создание, использование своих преимуществ. Она же заставляет региональных производителей обращать особое внимание на создание уникальных индивидуальных отличий своей продукции как возможности выделить ее среди огромного ассортимента товаров и тем самым достигнуть конкурентного превосходства. Однако внедрение технических, технологических, маркетинговых и организационных инноваций для повышения конкурентоспособности товаропроизводителей на глобальных рынках с насыщенной товарной массой становится все менее рентабельным делом из-за недостаточности средств для экспансии у владельцев локальных марок.

На территории Волгоградской области основной площадкой взаимодействия власти, торговых сетей и предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности на сегодняшний день является некоммерческое партнерство региональная общественная организация социально-экономического развития «Волгоградское качество», основные задачи которой – поддержка местных товаропроизводителей и проведение общественных экспертиз программ социально-экономического развития Волгоградской области [2]. К приоритетным направлениям деятельности общественной организации «Волгоградское качество» относятся:

- обеспечение населения региона актуальной информацией о местных товаропроизводителях и особенностях их продукции;
- формирование обратной связи между производителями и потребителями;
- восстановление связей между профильными учебными заведениями и работодателями;
- введение в повседневный обиход знака зонтичного бренда «Волгоградское качество», объединяющего товары местных производителей, гарантирующего потребителю высокое качество товаров и формирующего устойчивые положительные оценочные ассоциации населения относительно продукции, производимой в области.

В настоящее время в проекте принимают участие более 90 ведущих предприятий региона, а независимую экспертизу на получение права маркировать свою продукцию знаком «Волгоградское качество» прошли 24 предприятия области.

Одним из преимуществ организации является разработанная, утвержденная и реализуемая долгосрочная стратегия развития и продвижения зонтичного бренда местных товаров «Волгоградское качество». К наиболее значимым и масштабным проектам, реализуемым общественной организацией, мы относим ежегодный Фестиваль «Волгоградская земля – Волгоградское качество». Проект охватывает более 40 тыс. участников и получает обширную информационную поддержку практически во всех региональных средствах массовой информации. Проект направлен на воспитание патриотического отношения подрастающего поколения к продукции, выпускаемой в родном регионе, и на ознакомление обучающихся и педагогов с достижениями местных товаропроизводителей

Идея потребительского патриотизма построена на том, что, покупая продукцию местного производителя, каждый житель города и области становится полноправным инвестором своего региона. Каждый купленный продукт, произведенный в регионе, – это вклад в развитие региональной экономики и бизнеса, поддержка местного производителя и, как итог, развитие и процветание региона в целом.

Одновременно с пропагандой среди населения для товаропроизводителей организуются и проводятся (в тесном сотрудничестве с Волгоградской торгово-промышленной палатой) обучающие семинары, на которые приглашаются эксперты по маркетингу, брендингу, патентоведению, регистрации права и др.

Интересным представляется и другой реализуемый инвестиционный проект – Интернет-портал «Волгоградское качество», который предоставляет сведения о товарах предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности Волгоградской области. Цель портала – продвижение на региональный и российский рынок волгоградской продукции, формирование благоприятного имиджа местных товаров.

В конкурсе сайтов «Интерактивный бизнес Волгоградской области – 2012» сайт «Волгоградское качество» занял первое место в номинации «Web-сайт: некоммерческие организации, общественные организации, способствующие развитию бизнеса».

Одним из наглядных показателей эффективного сотрудничества мы считаем размещение информации о деятельности общественной организации «Волгоградское качество» на официальном портале Министерства сельского хозяйства Волгоградской области и Администрации Волгограда.

Подобный опыт информационного сотрудничества имеется в ряде регионов РФ. Так, в Ростовской области на официальном сайте Министерства сельского хозяйства и продовольствия региона есть раздел о деятельности некоммерческого партнерства «Аграрный рынок». На сайте Департамента потребительской сферы и регулирования рынка алкоголя Краснодарского края размещены баннеры с переходом на сайт долгосрочной краевой целевой программы «Кубань-Качество». А на портале Комитета Ставропольского края по пищевой и перерабатывающей промышленности, торговле и лицензированию есть раздел информационно-маркетингового проекта «Покупай ставропольское!» [1].

Следующим инструментом реализации инвестиционного проекта предусмотрено создание региональной торгово-электронной площадки «Товары Волгоградской области». Сегодня гораздо удобнее заказывать товары через Интернет. Поэтому проект должен быть разработан не только для сектора b2b, но и для частного лица. Функция онлайн-магазина в перспективе позволит покупать волгоградские продукты, не отходя от компьютера [4]. Чтобы повысить привлекательность магазина волгоградских товаров для иностранных посетителей, предлагаем рассмотреть возможность создания англоязычной версии сайта.

Реализация предложенных инструментов будет способствовать повышению продаж с помощью e-Commerce и последующему наращиванию производства, позволит изменить стиль управления и повысить прибыльность предприятия, при этом улучшив качество производимых им продуктов.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что, по сути, созданный региональный знак подобен торговому знаку в традиционном понимании. Успешные торговые бренды создают дополнительную стоимость товара, устанавливают необходимые связи с потребителем, повышают их лояльность.

В результате реализации стратегии развития коллективного бренда «Волгоградское качество» должно быть обеспечено комплексное использование различных каналов коммуникаций (прямая реклама, связи с общественностью, форумы, конференции, выставки, ярмарки, семинары, интернет-коммуникации), а также эффективная координация деятельности органов региональной власти, заинтересованных объединений предпринимателей и организаций гражданского общества.

В связи с тем, что продвижение коллективного и индивидуальных брендов должны согласовываться и поддерживать друг друга, предполагается, что в итоге возникнет синергетический эффект. Отношение потребителей региона к товарам местных производителей должно измениться на более позитивное. В свою очередь, это приведет к более полному использованию производственных мощностей предприятий и увеличению

доходной части бюджета, которая может быть дополнительно направлена на социальные нужды и поддержание инфраструктуры региона.

С учетом специфики волгоградского региона была разработана обобщенная, взвешенная, экономически обоснованная программа, направленная на конкретный результат: расширение рынка сбыта продукции волгоградских предприятий агропромышленного комплекса [3]. Для планомерного и прогнозируемого развития бренда «Волгоградское качество» разработан долговременный комплекс рекламно-маркетинговых мероприятий (стратегия брендинга) (табл.).

Таблица

Структура системы регулирования экономических отношений и управления конкурентоспособностью российских предприятий в условиях импортозамещения

Вид деятельности	Цели проведения
Концептуальная деятельность	Формулирование целей, задач, ожидаемых результатов брендинга знака «Волгоградское качество» на основе уже имеющихся нормативных документов общественной организации. Создание единой системы образов центрального содержания знака (его ценности, атрибутов) для покупателей, постоянно проживающих в Волгоградской области, и для покупателей из других регионов при выходе бренда на внешний рынок (за пределы Волгоградской области).
Разработка и реализация программ социологических и маркетинговых исследований анализа восприятия населением региона продукции, маркированной знаком «Волгоградское качество»	Получение оценки рыночного потенциала знака, выявление степени влияния знака на уровень потребительского спроса и предпочтений населения области, анализ идентификации центрального содержания знака, что позволит выработать конкретные предложения по системе позиционирования
Мониторинговая деятельность	Диагностика проблем реализации продукции
Рекламно-пропагандистская деятельность	Разработка комплекса рекламно-пропагандистских мероприятий, прежде всего медиа-стратегии
Методическая деятельность	Разработка паспорта стандартов, наборов инструкций по правильному использованию и размещению визуальных идентификаторов бренда «Волгоградское качество» и каталога (brand book) – описания знака и способов его коммуникаций
Научная деятельность	Формирование ежегодного комплекса научных мероприятий (конференций, конкурсов) для привлечения к проблеме развития знака научного сообщества, а также студентов и школьников
Просветительская деятельность	Формирование комплекса мероприятий по косвенному продвижению знака в широкую аудиторию через проведение рекламных кампаний и реализацию мероприятий по связям с общественностью на внутреннем рынке

Продолжение таблицы

Деятельность по продвижению набора продуктов, использующих бренд «Волгоградское качество», в торговых сетях	Формирование ежегодного комплекса мероприятий с торговыми сетями
Деятельность по распространению лучшей практики деятельности органов исполнительной власти и органов местного самоуправления по продвижению бренда «Волгоградское качество»	Формирование ежегодного комплекса мероприятий с органами исполнительной власти и органами местного самоуправления

Реализация программных целей позволила к 2013 году сохранить занятость на предприятиях отрасли, повысить ценовую доступность товаров, обеспечить их качество и безопасность, что доказывает эффективность вышеперечисленных мероприятий. Так, реализованные меры по выполнению программы повысили:

- для потребителя привлекательность товаров местных производителей;
- экономическую эффективность малого и среднего бизнеса и развития сектора агропромышленного комплекса.

На основании вышеизложенного считаем, что проект, содержащий мероприятия по поддержке ключевой отрасли пищевой промышленности и развитию ресурсно-логистического обеспечения продовольственного рынка, приобретает особую актуальность и может использоваться в других регионах.

Также необходимо констатировать, что использование механизма формирования долгосрочных конкурентных преимуществ и повышения инвестиционной привлекательности местных хозяйствующих субъектов посредством реализации региональной промышленной политики может стать эффективным инструментом в системе управления инновационной деятельностью.

Литература

1. Ладаускас С. В., Стрельцова Н. В. Региональные знаки качества как инструмент программ поддержки местных товаропроизводителей в субъектах Российской Федерации // Региональная экономика: теория и практика. 2013. № 35 (314). С. 50–56.
2. О проекте // Официальный портал ВРОО «Волгоградское качество». URL: <http://volgogradskoe-kachestvo.ru/dejatelnost/> (дата обращения 10.01.2013).
3. Попова Л. В., Стрельцова Н. В. Практический опыт реализации стратегии развития регионального бренда для продукции промышленных предприятий АПК // Экономика развития региона: проблемы, поиски, перспективы. Вып. 13. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2012. С. 492–498.
4. Попова Л. В., Стрельцова Н. В. Электронная торговля как фактор повышения конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса (на примере пищевой отрасли) // Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Махачкала: Наука плюс, 2013. С. 177–179.

МАЛЫЙ БИЗНЕС: РАЗВИТИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ

УДК 334.012.64(470)(091)

Зайцева Г.В.
Zaytseva G.V.

РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО МАЛОГО БИЗНЕСА

DEVELOPMENT OF THE RUSSIA SMALL BUSINESS

В статье рассматриваются этапы развития российского малого бизнеса с X века до современности.

The article examines the stages of development of Russian small business from the X century to the present time.

Ключевые слова: малое предпринимательство, малый бизнес

Key words: small business.

Предпринимательство – это деятельность, связанная с развитием человеческого общества и государства в целом. Предпринимательство зарождалось там, где люди каким-то способом начинали производить продукцию, обеспечивающую хлебом насущным. Возникла предпринимательская деятельность, которая на первом этапе была связана с обменом производимой продукции. На Руси торговые люди появились в незапамятные времена. Предпринимательство зародилось оттого, что люди поняли: можно получать выгоду разного характера путем обмена товарами: продуктами, изделиями, дарами природы. При обмене можно получать то, чего нет в определённой области, и отдавать лишнее с извлечением прибыли. Опыт веков свидетельствует, что отечественная промышленность и внутренняя торговля – это главные источники богатства государства.

Сведения о развитии торговли в VI–IX вв. не сохранились в русских летописях, однако арабские купцы свидетельствовали о русской торговле на Востоке в X веке. Так, Ибн-Кхортберг в 912 году пишет: «Русские из племени Славян вывозят меха бобров и черно-бурых лисиц из самых отдаленных краев славянской земли и продают их на берегах Румского (Средиземного моря)» [14, с. 15]. Арабский историк Ибн-Фонлан видел в 921 году русских у камских болгар и писал о них: «Они не носят ни кафтанов, ни камзолов..., впрочем, носят они и полотняную одежду» [5, с. 7]. Здесь появляется свидетельство о том, что ремесла на Руси зарождались в этот период времени: «Выделкою полотен, грубого сукна, тканей, онуч занимались женщины, как всегда в крестьянском быту» [5, с. 7]. На основании записи этого автора можно сделать вывод одновременно и о процветании внешней торговли, например, говорится о ввозе одежды из-за рубежа: «Одежду князей и дружинников составляли главным образом иностранные товары» [5, с. 7].

В XII веке начинается сотрудничество со странами Европы: сохранились свидетельства о том, что в 1199 г. новгородцами были подписаны договоры и с немцами. В 1229 г. были установлены договорные отношения с Ригой и Готландом [14, с. 261]. Однако русские купцы посещали не только зарубежные рынки, торговля была организована и на территории Руси. Новгородские купцы приезжали в разные уголки русских земель, к чему приводила необходимость обмена: на северных новгородских землях не было тех товаров, которые были на средней части Руси, и наоборот, богатый русский Север мог предоставить свои товары, в том числе мед, моржовый клык, искусные изделия из клыка.

На первом этапе развития русского предпринимательства новгородцы заложили основы торговли и обмена с разными областями России, Запада, Востока, на чем основано становление и развитие новгородского купечества и во втором периоде развития предпринимательства на Руси, который ознаменовался татаро-монгольским нашествием. Новгород Великий оказался недоступным татаро-монголам, уцелел от татарского нашествия благодаря своему северному местоположению. Новгородские купцы продолжили славу российского предпринимательства в период покорения Руси татарами и до свержения татарского ига, они смогли наладить дипломатические отношения с ханами Золотой Орды, преподносили богатые дары, что позволило им откупить Великий Новгород от татарских притязаний. Великий Новгород продолжил развитие предпринимательства на своей территории, стал посредником между Европой и Русью, Золотая Орда становится усилиями новгородцев новым рынком сбыта продукции русского Севера.

Новгородцы входят в состав Ганзейского Союза в 1229 году, организуют в Ганзейском союзе торговлю с Западом. В Новгороде с конца XII века иностранные купцы имеют два двора – готский и немецкий. Дворы служили для жилья и хранения товаров, кроме того, иноземные купцы должны были давать плату лоцманам за использование новгородских барок, а непосредственно Новгороду гости (купцы) уплачивали пошлину. В XII–XIV веках у иноземных купцов в Новгороде очень сплоченная организация, которая подчиняется Ганзейскому союзу и его постановлениям, имеющим значение торгового устава. Сборники постановлений имели название «скра». В XV веке и готы передали свой двор всесильному Ганзейскому союзу. К сожалению, ганзейцы объединяли всю внешнюю торговлю, оставляя новгородцам только роль закупщиков внутренних товаров, русских купцов на свои суда ганзейцы не брали, что не давало возможности осуществления торговли новгородских купцов с Западом. Новгородцы развивали внутреннюю торговлю, по всей Руси собирали товары для ганзейцев, что для русских купцов не было выгодным предприятием. Но в этот сложный период на русском севере происходило становление российского предпринимательства, формировалось не только Новгородское, но и Псковское купечество, были созданы крепкие купеческие семьи, объединяющие сообщества предпринимателей.

В целом же, на российском пространстве второй период развития предпринимательства не был благополучным по причине абсолютного разрушения Руси, обложения населения непомерной данью, которую нужно было выплачивать Золотой Орде.

Третий период развития предпринимательства ведет отсчет от окончания господства Золотой Орды в конце XV века, когда Новгород и Северные земли переходят под власть Москвы. В 1495 году Иоанн III завершает торговлю с Ганзой и переселяет в Московию знатнейшие новгородские фамилии, разрушая вековую корпорацию новгородских гостей, хотя Новгород сохраняет свое значение торгового города, куда стекается купечество со всей России. Товары везут в Иван-город, в Псков, а из Пскова в Ригу и в Литву. В 1510 году после падения веча в Пскове и отсюда переселяется псковское купечество, угасает вековая торговая корпорация местных старожилов Пскова. Новые общественные условия не позволили новому купечеству со временем сделаться тем, чем было прежде. Василий Иоаннович ввел тамгу и пошлины, лежавшие на торговле в Московском государстве, которых никогда ранее не знали псковитяне, чем уничтожил вместе с гражданской свободой Пскова и торговую вольность его. Такие нововведения привели к разрушению сформированного веками купечества, что не способствовало развитию предпринимательства.

В XV веке в Москву приходят европейские купцы, торговля происходит в гостинном дворе. В XVI веке не все иностранцы имели право торговать в Москве, многие ехали на торговлю только в Новгород. В 1553 году английский король просил государя Ивана Васильевича благосклонно принять торговую компанию «Мистерия», а в 1555 году посол Англии Ричард Ченслер сам выхлопотал у Ивана Васильевича льготную грамоту для

торговли в Москве. Англичане получили право свободной и беспошлинной торговли, право открытия дворов в Холмогорах и Вологде, в Москве. В 1567 году в Москве была главная контора англичан; в Холмогорах открыта прядельная фабрика, в Новгороде, Пскове, Ярославле, Казани, Астрахани, Костроме, Иван-городе, Кореле у них были подворья, где английские купцы продавали товары. Наравне с англичанами торговали и голландцы, которые хотели бы получить те же права и привилегии. В 1593 году в Россию вернулся и Ганзейский союз, купцы которого торговали при Иване VI. Русские купцы находились в состоянии зависимости от купцов иноземных, и выгоды их зависели от чужеземцев. И роптали не только русские, но и прочие иностранные торговцы так же были ожесточены против англичан, не хотевших давать ходу другим. В 1646 году русские гости подали челобитную на англичан государю, изложив все обстоятельства, служившие подрыву русского купечества. Челобитная в некотором роде меняет положение русских гостей, но второй период предпринимательской деятельности характеризуется зависимостью от чужеземного бизнеса, что мешало развитию российского предпринимательства.

Началом реформ Петра Первого ознаменован четвёртый период истинного развития российского предпринимательства. Реформы Петра требовали развития российской экономики, что было невозможным без организации торговли, производства, которые, в свою очередь, давали возможность развития предпринимательской деятельности в целом. Предпринимательской деятельностью финансировались задумки Петра и обеспечивался государственный бюджет внесением налогов в казну империи. Собственно, Петр понимал значение предпринимательства как источника наполнения государственной казны. Именно при Петре возникает финансовое и налоговое право, обеспечивающее поступления в государственную казну. Порядок организации предпринимательской деятельности определяется указами императора, который отслеживает взаимоотношения между Россией и разными государствами Европы, Ближнего и Дальнего Востока. Петром Первым было сделано очень многое для развития предпринимательства в империи.

Петр формировал предпринимательское право изданием необходимых регулирующих нормативов – указов. Указ 1709 года утверждал: люди, которые занимались торговлей и промышленными ремеслами, должны были приписаться к городским посадам, иначе заниматься предпринимательством запрещалось. Указ 1711 года разрешал заниматься торговлей людям всех званий, если ими уплачены торговые сборы. Поэтому во главе петровских заводов и мануфактур оказалось так много бывших кузнецов и всякого иного рода «тяглецов», которые своим трудом добивались более высокого качества жизни, а их устремления Петр поддерживал. Формируется и государственная структура для развития индустриального предпринимательства созданием специальных правительственных органов: Берг-коллегии, Коммерц-коллегии и Мануфактур-коллегии, которые разрабатывают программу мероприятий содействия промышленному развитию, осуществляемую не административными методами, а путем предоставления различных привилегий и льгот. Существовали проблемы развития предпринимательства, схожие с современными проблемами бизнеса: недостаток капиталов для организации предпринимательской деятельности; конкуренция со стороны иностранного купечества, что, впрочем, наблюдалось во все времена от татаро-монгольского нашествия. Поэтому Петр Первый издал несколько указов для того, чтобы заинтересовать купцов промышленным и торговым предпринимательством: освобождение от всякой службы государству; беспроцентная денежная ссуда из казны; освобождение от уплаты торговых пошлин; передача казенных заводов частным компаниям; передача земли, казенных заводов, оборудования [2, с. 11].

Формируются общественные структуры, объединяющие купцов, – гильдии – это слово впервые произносит Петр I в 1719 г. на заседании Коммерц-коллегии. В 1721 г. в Главном магистрате объявили об обязательном создании гильдий во всех городах с

двуступечатным делением [15]. Положением о купеческих гильдиях проводилось деление купечества на более крупных предпринимателей и более мелких. В 1721 году учреждены первые две гильдии регулярных граждан, а в 1722 году из сословия регулярных граждан были выделены «цеховые», была образована сословная группа торгующих крестьян, которые могли законно проживать в городе и пользоваться равными правами с посадскими гражданами, т. е. появились самые первые саморегулируемые профессиональные организации, которые вносили свою лепту в развитие бизнеса и его продвижение. Нельзя не отметить, что основная цель поддержки и развития предпринимательства заключалась в организации системы налогообложения в России, за счет чего, собственно, и развивалась российская держава. Созданные крепкие купеческие хозяйства должны были платить налоги. Петр предупреждал и преступления в налоговой сфере: он вводит должность обер-фискала в 1711 году и обеспечивает наполнение казны введением 10% штрафа для наказания неплательщиков.

Система, созданная Петром Великим, просуществовала вплоть до времен Екатерины Второй. Период от Петра до Екатерины характеризуется частой сменой власти. Свою лепту в развитие предпринимательства из многочисленных государынь, пожалуй, внесла только Елизавета, дочь Петра, которая продолжает его дело поневоле: для развития снабжения Санкт-Петербурга она поддерживает мелкого предпринимателя. Крестьянам, как они требуют, «торговать дозволить с одним только платежом подушных, – вот, эти 40 копеек с души, – и в купцы их не верстать, чтобы с них, как с купцов не брать, в службы не выбирать, и можно крестьян приписывать в посады» [13].

Пятый период развития предпринимательства Российской империи берет свое начало от правления Екатерины Великой. Окончательно купечество как сословие сформировано после изданной Екатериной II в 1785 г. «Грамоты на права и выгоды городам Российской империи», которая сильно возвысила их положение. По этому закону каждый независимо от пола, возраста, промысла при условии наличия капитала мог записаться в одну из трех купеческих гильдий. Купцы каждой гильдии имели свои особые права. Купцам 1-й гильдии разрешалось вести торговлю с другими странами, для вступления в 1-ю гильдию надо было иметь не менее 10 тыс. рублей. При наличии не менее 1 тыс. рублей купец попадал во 2-ю гильдию и имел право вести розничную и оптовую торговлю в России. Купцы 3-й гильдии могли вести мелкую торговлю по городу и уезду, если их капитал был не менее 500 рублей. Но были и особо крупные предприниматели: «Жалованная грамота городам» вводила звание «именитых граждан», которое получали богатые купцы с капиталом свыше 50 тыс. руб. и банкиры. Купцы всех трех гильдий освобождались от натуральной и рекрутской повинности, а 1-й и 2-й гильдий – от телесных наказаний [16]. Можно сказать, что уже появилось разделение на крупное, среднее и малое предпринимательство. И хотя малое предпринимательство не было выделено в отдельную экономическую структуру, но гильдии были распределены именно по признаку «от малого к большому», а общественное объединение купцов давало возможность развития купеческого дела в России в целом.

Несмотря на то, что пятый период развития предпринимательской деятельности в России проходит в условиях окончательного закрепощения крестьян и заканчивается отменой крепостного права, предпринимательство получает свое развитие. Количество промышленных предприятий (без ремесленных мастерских) только за XVIII век увеличилось в 10–12 раз, достигнув в 1801 году 2 423 предприятий с числом занятых почти 100 тысяч человек. По ряду экономических показателей Россия вышла на самые передовые рубежи. Активный рост предпринимательской деятельности наблюдался и в XIX столетии. «В целом темпы развития русского предпринимательства в XIX веке были просто поразительны. С 1802 по 1881 годы численность фабрик (без мелкого и кустарного производства) увеличилась с 2 423 до 31 173, а численность рабочих с 95 тысяч до 771.

Только за 1804–1863 годы (даже при наличии крепостного права) производительность труда увеличилась почти в пять раз» [12].

В промышленности сложилось своего рода разделение сфер предпринимательства. С одной стороны, развитие крупной промышленности, ориентированной преимущественно на зажиточного и богатого горожанина, дворянство, царский двор, вывоз за границу; с другой – бурный рост мелкой крестьянской и кустарно-ремесленной промышленности, ориентированной на широкие народные массы, на все многообразие их потребительского спроса, с огромным ассортиментом продукции [11].

Наибольшее развитие предпринимательство получает после отмены крепостного права в 1861 году. Можно сказать, что, несмотря на войны, первую русскую революцию, российское предпринимательство медленно, но верно продвигается вперед и достигает своего апогея в период 1910–1913 гг. Освобожденные крестьяне начинают перебираться в город, появляются ресурсы для работы на фабриках и заводах, которые начинают свое наиболее активное развитие, продолжавшееся вплоть до начала Первой мировой войны.

В начале второй половины XIX века начинается активное строительство железных дорог по всей стране силами акционерных обществ. Кроме того, идет развитие речного, морского транспорта, что способствует не только активной торговле в России, но и вывозу продукции за рубеж.

Развиваются различные виды мануфактур, изготавливаются хлопковые, шерстяные, шелковые ткани высокого качества. Развивается горнорудная промышленность на Урале, в Сибири, на Дальнем Востоке. Однако нельзя не сказать о том, что Россия является аграрной страной: освоение Алтая, Сибири, Дальнего Востока к началу XX века приводит к активному развитию сельского хозяйства, к появлению крепких крестьянских хозяйств. Если говорить о малом предпринимательстве, то переселение крестьян из Центральной России на Алтай, в Сибирь, Забайкалье, на Дальний Восток происходило за счет государственной поддержки переселенцев, которые организовали поселения – общины с семейными хозяйствами. Организованное переселение позволило сформировать крепкие крестьянские домашние хозяйства на вновь осваиваемых землях. Начинается активное развитие сельского хозяйства, возрастает производство хлеба, который экспортируется за границу в больших объемах.

К началу XX века Российская империя становится богатейшей державой, что не могло беспокоить и европейских, и восточных соседей. Однако в 1904–1906 годах Россия вновь попадает в сложную экономическую ситуацию, что связано с Русско-японской войной, Первой русской революцией. Но к 1913 году положение было полностью восстановлено и приумножено богатство России именно за счет активного развития предпринимательства.

Вероятно, шестой этап развития экономики связан уже с периодом становления экономики Советской России. Желание всего нового привело к поиску новых форм наполнения бюджета, и они были сформированы в период «военного коммунизма», но нужно было вернуться к традиционным способам ведения хозяйства страны и наполнения бюджета. И, значит, необходимо было возрождать предпринимательскую деятельность с введением налогов. Введение новой экономической политики в 1921 году стало новым шагом в развитии экономики теперь уже Советской России, что сыграло для зарождающегося Советского Союза положительную роль. Страна была разрушена и Первой мировой, и гражданской войной, для восстановления хозяйства решили организовать предпринимательскую деятельность на основе привлечения частного капитала.

17 мая 1921 г. был издан декрет о частичной денационализации мелкой промышленности. Именно представителям малого бизнеса были переданы мелкие, практически разрушенные предприятия легкой промышленности, которые должны были быть восстановлены стараниями частного капитала – вложением достаточно крупных

средств. Декрет от 7 июля 1921 года разрешал создание частных небольших предприятий с числом работающих не более 20 человек, что предопределило появление частной собственности. Экономика 20-х характеризовалась наличием пяти социально-экономических укладов; из них частнохозяйственный, удельный вес которого составлял 8%, мелкотоварный (51%) и патриархальный (2%), в целом, и сформировали систему малого предпринимательства, составлявшего 61% в экономике. Оставшиеся 39% пришлись на государственно-капиталистический (1%) и социалистический (38%) уклады в экономической системе страны. Показатели экономического развития подтверждают успех экономики 20-х годов XX столетия в условиях активного развития именно малого предпринимательства. Первое десятилетие было успешным для Советской России именно в развитии экономики. Но экономика с привлечением частного капитала была чужда политической власти того периода. Поэтому к 30-м годам система экономического процветания с участием малого бизнеса была разрушена в пользу развития социалистического уклада экономики и строительства крупных предприятий без привлечения частного капитала, что в конечном итоге отрицательно сказалось на экономической жизни Советского государства.

Возрождение малого бизнеса в Советском Союзе началось в тот период времени, когда возникла необходимость накормить страну, поскольку, в связи с серьезностью положения, сформировавшейся системой тотального дефицита и введением карточной системы обеспечения продуктами питания населения, экономика страны начала давать серьезные сбои. «Центральный Комитет КПСС и Совет Министров СССР выражают твердую уверенность в том, что работники потребительской кооперации при постоянной поддержке партийных, советских, профсоюзных и комсомольских организаций примут все меры к обеспечению безусловного выполнения заданий <...> внесут весомый вклад в дело повышения благосостояния тружеников села и улучшения торгового обслуживания населения» [7]. Через 4 года появился закон РСФСР от 25.12.1990 г. № 445-1 «О предприятиях и предпринимательской деятельности», закрепляющий возможность создания предприятий и занятий предпринимательской деятельностью [9].

С внедрением нового политического строя и новых принципов развития методов хозяйствования, направленных на становление рыночной экономики, были приняты меры по поддержке малого предпринимательства. Постановлением от 11 мая 1993 г. № 446 «О первоочередных мерах по развитию и государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» правительство заявило: «Считать государственную поддержку малого предпринимательства одним из важнейших направлений экономической реформы, способствующего развитию конкуренции, наполнению потребительского рынка товарами и услугами, созданию новых рабочих мест, формированию широкого слоя собственников и предпринимателей» [8]. А в 1995 году поддержка малого бизнеса была определена федеральным законом от 14.06.1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» [6], действовавшим до 2008 года, до момента введения нового федерального закона от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [10].

Однако современное состояние малого бизнеса свидетельствует о том, что поддержка предпринимателей часто отражается только на бумаге. Реальной политики поддержки создать так и не получилось. Возможно, это связано с тем, что поддержка малых предприятий отдана на откуп регионам, центральные органы не хотят брать на себя такую ответственность или не могут анализировать реальное состояние дел в малом бизнесе. При этом страдают как предприятия, так и индивидуальные предприниматели. Но в России такая ситуация складывается не впервые. Во все времена малое предпринимательство было связано с мужеством предпринимательского класса. На первых этапах развития предпринимательской деятельности нужно было охранять товар,

выживать в сложных условиях российской зимы, укрываться от восточного зноя. В дальнейшем предприниматели отстаивали свое право на ведение бизнеса и сохранность своего имущества.

Предпринимательство требует умения добиваться места под солнцем. Прошли века, прежде чем купец был охарактеризован как служитель общества: «гражданин-купец, совершая деятельное поприще свое и усердствуя принести пользу Отечеству, доставляет выгоду и себе, и семейству своему. Земледелец есть первый питатель рода человеческого; купец-гражданин есть первый удовлетворитель нужд общественных» [1, с. 2]. Современным предпринимателям мужество необходимо, чтобы создать и продвигать свой бизнес, но значение деятельности предпринимателя неопределимо для развития государства.

Литература

1. Глинка С. Н. Речь о нравственном основании купеческого сословия, силе внутренней промышленности и наследственных добродетелях российского купечества. М. : Типография Августа Семена при императорской медико-хирургической академии, 1827.
2. Дятченко Л. Я., Ляшенко В. И., Павлов К. В. Малое предпринимательство в странах СНГ : Монография. М. : Магистр, 2007. 508 с.
3. Зайцева Г. В. Исторические факты развития предпринимательства и налогообложения в России // Современное развитие малого бизнеса : материалы II Всерос. профессиональн. конф. с международ. участием. Челябинск : НОУ ВПО «Челябинский институт экономики и права им. М. В. Ладосина», 2014. 191 с.
4. Зайцева Г. В. Развитие малого бизнеса в России // The genesis of genius : The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers. Geneva, Minsk, Odessa, St. Petersburg, 2014. Vol. 2. P. 257.
5. История торговли и промышленности в России / под ред. П. Х. Спасского. В 3 т. Т. 1. Санкт-Петербург, 1910.
6. О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 14.06.1995 № 88-ФЗ. Не действует. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
7. О мерах по дальнейшему развитию потребительской кооперации [Электронный ресурс] : постановление ЦК КПСС, Совмина СССР от 09.01.1986 № 40. Не действует. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
8. О первоочередных мерах по развитию и государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : постановление Правительства РФ от 11.05.1993 № 446. Не действует. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
9. О предприятиях и предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : закон РСФСР от 25.12.1990 № 445-1. Не действует. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
10. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
11. Платонов В. С. Деятельность купеческих гильдий (XVIII – начало XIX века) // Библиотекарь.Ру. URL: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-35/6.htm> (дата обращения: 19.09.2014).
12. Платонов О. 1000 лет русского предпринимательства. Из истории купеческих родов. М. : Современник, 1995. URL: <http://www.razym.ru/naukaobraz/istoriya/179535> (дата обращения: 19.09.2014).

13. Починок А. П. Реформа Петра Первого. URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/fis/1227428-echo/#element-text> (дата обращения: 19.09.2014).

14. Промышленность древней Руси / Соч. Н. Аристова. СПб. : Тип. Королева и К°, 1866. 321 с.

15. Секачева Е. Гильдии // Русь изначальная. URL: http://www.rusizn.ru/rom05_019_16.html (дата обращения: 19.09.2014).

16. Чураков Д. Купечество // Русь изначальная URL: http://www.rusizn.ru/rom05_019_15.html (дата обращения: 19.09.2014).

УДК 334.012.64:658(470)

Иванова А.А.
Ivanova A.A.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

FEATURES OF SMALL BUSINESS FUNCTIONING

В статье раскрыты особенности малого бизнеса в России. Представлены особенности организации и функционирования предприятия.

The article reveals some features of small business functioning in Russia. It highlights the peculiarities of enterprises' organization and functioning.

Ключевые слова: малое предпринимательство, создание нового бизнеса, организационные проблемы.

Key words: small business, new business foundation, organizational problems.

Малый бизнес – это залог успешного развития экономики и государства в целом. Во многих развитых странах мира для малого бизнеса создаются особые условия и предоставляются различные льготы, в том числе и налоговые. В России понятие малого бизнеса, как впрочем, и бизнеса в целом сравнительно новое.

Малое предприятие как юридическое лицо имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое лицо признаётся малым предприятием при соблюдении ряда условий, таких как:

- численность работников на предприятии – до ста человек включительно (до 15 человек – микропредприятия);

- выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета НДС или балансовая стоимость активов за предшествующий календарный год не должна превышать предельных значений (60 млн. руб. для микропредприятий и 400 млн. руб. для малых предприятий).

Субъектом малого предпринимательства может быть признано не только юридическое лицо, но и физическое лицо, зарегистрировавшееся в качестве индивидуального предпринимателя. Индивидуальный предприниматель, в отличие от учредителей юридического лица, несёт ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Учредители юридического лица несут ответственность только в пределах принадлежащей им доли.

Главной целью коммерческой организации, в том числе и малого предприятия, является извлечение прибыли, а значит, малое предприятие является потенциальным плательщиком налоговых поступлений в бюджет.

Для организации коммерческой деятельности субъекты предпринимательской деятельности, в том числе малые предприятия и индивидуальные предприниматели, подлежат обязательной государственной регистрации. Регистрация юридического лица и индивидуальных предпринимателей осуществляется уполномоченным на то органом – инспекцией Федеральной налоговой службы Российской Федерации (ИФНС России).

Юридическим лицом в лице его представителя – руководителя, главного бухгалтера или иного доверенного лица – подаётся заявление о постановке на учёт в налоговый орган.

Для регистрации юридического лица, помимо заявления, необходимо также представить учредительные документы (устав, учредительный договор) и квитанцию, подтверждающую оплату госпошлины. Регистрация юридического лица осуществляется в пятидневный срок. При отказе в регистрации юридического лица регистрирующий орган обязан указать причину. Отказ в регистрации по мотивам нецелесообразности создания юридического лица недопустим. Учредительными документами малого предприятия являются устав юридического лица, учредительный договор (при наличии).

Зарегистрированному юридическому лицу присваивается идентификационный номер налогоплательщика (ИНН), код причины постановки на учёт (КПП), основной государственный регистрационный номер (ОГРН). Зарегистрированное юридическое лицо включается в Единый государственный реестр налогоплательщиков (ЕГРН) и Единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ).

Физическому лицу, зарегистрированному в качестве индивидуального предпринимателя, новый ИНН не присваивается. ИНН индивидуального предпринимателя является его ИНН как физического лица. Индивидуальный предприниматель вносится в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП).

На момент регистрации уставный капитал юридического лица должен быть внесён в размере 50%, оставшиеся 50% должны быть внесены в течение года. Также зарегистрированное юридическое лицо должно иметь расчётный счёт, на котором должны храниться все свободные денежные средства.

Предприятия коммерческого направления создаются для извлечения прибыли и поэтому, в том числе малый бизнес, независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности не могут обойтись без ведения бухгалтерского учёта. Основным локальным документом, регламентирующим бухгалтерский учёт на предприятии, является учётная политика. Учётная политика организации, в том числе и малого предприятия, разрабатывается организацией самостоятельно, но в соответствии с требованиями законодательства. В том числе посредством бухгалтерского учета осуществляется достижение основной цели – получение максимально возможной прибыли коммерческой организации. Субъекты предпринимательской деятельности стремятся к извлечению максимальной прибыли при минимальных издержках – максимизация прибыли и минимизация затрат. Существует множество законных способов снижения издержек, в частности, снижения налоговой нагрузки, однако нельзя сказать о том, что представители малого бизнеса применяют только законные способы снижения затрат и налогооблагаемой базы, что, безусловно, ведет к огромным потерям государства в наполнении бюджета. Это обусловлено рядом факторов:

- во-первых, недостаток знаний предпринимателя. Представители малого бизнеса, обычно начинающие предприниматели, не обладают необходимым объёмом знаний и нередко упускают возможность снизить свою налоговую нагрузку;

- во-вторых, нежелание предпринимателя заниматься рутинной работой и, что не менее значимо, платить за её выполнение. Бухгалтерский и налоговый учёт, налоговое планирование – всё это достаточно утомительная работа, выполнять которую может как штатный бухгалтер, так и сторонняя организация (услуги аутсорсинга);

- в-третьих, нежелание предпринимателя платить налоги в полном объёме. Это может быть обусловлено отечественным менталитетом и отсутствием деловой культуры в обществе. На протяжении всего периода существования советского государства понятие предпринимательства полностью отсутствовало. Следовательно, системы налогообложения в современном понимании тоже не существовало.

Малый бизнес является залогом успешного развития экономики и государства. Государство, поддерживая малый бизнес, способствует самозанятости населения, созданию новых рабочих мест, но главное – это повышение доходной части государственного бюджета. Доходы государственного бюджета на 80% состоят из

налоговых поступлений. Однако государство не только предоставляет возможности развития малым предприятиям. Малый бизнес, являясь налогоплательщиком, подлежит контролю. Государство осуществляет внешний контроль за финансово-хозяйственной деятельностью малого предприятия с целью полноты исчисления налогов и наполнения бюджета. Внешний контроль за правильностью исчисления и уплаты налогов осуществляют налоговые органы.

Предприятие организует собственными силами внутренний контроль, который является следствием внешнего и направлен на защиту прав предпринимателя, учредителя или инвестора. Внутренний контроль может проводиться не только силами самой организации, но и привлекаемыми сторонними компаниями. Предприятие чаще всего использует услуги аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов.

Одной из форм контроля является аудит, который, как способ общественного контроля, позволяет определить достоверность бухгалтерской финансовой отчетности, являющейся информационной базой для проведения финансового анализа и последующего принятия финансового управленческого решения другими организациями в отношении данного предприятия. В современных условиях возрастает актуальность соответствующих форм организации бухгалтерского учета и аудита.

Нормативно-правовые акты, регулирующие аудиторскую деятельность на малом предприятии, подразделяются на внешние и внутренние документы. К внешним документам относятся законодательные акты, касающиеся бухгалтерского учета и аудиторской деятельности. К внутренним нормативным актам предприятия относятся учетная политика, различные методические материалы по организации учета, которые также должны быть проанализированы и сопоставлены с действующей методологией. Взаимодействие предприятия и аудитора может существенно повысить уровень финансового менеджмента и обеспечить экономическое обоснование принимаемых решений. Сторонний аудитор всегда должен работать в интересах клиента. В отличие от государственного проверяющего, аудитор не назначает штрафы, а лишь указывает на недостатки и дает рекомендации по их устранению. Аудиторские фирмы помимо проведения аудита нередко оказывают услуги аутсорсинга, то есть ведения бухгалтерского и налогового учёта, составления и сдачи отчётности, консультирования предпринимателя.

Налоговые органы осуществляют внешний контроль за правильностью исчисления и уплатой налогов и сборов, а также за полнотой и достоверностью данных бухгалтерского учёта путём проведения камеральных и выездных налоговых проверок.

В условиях рыночной экономики малые предприятия являются её значимым элементом. Во-первых, малые предприятия создают рабочие места и способствуют самозанятости населения. Во-вторых, малые предприятия являются объектами налогообложения. Малые предприятия вправе пользоваться льготами при налогообложении и имеют возможность уменьшить свою налоговую нагрузку не только за счёт льгот, предоставляемых государством, но и с помощью мероприятий, способствующих оптимизации налоговой нагрузки. Однако никакие налоговые льготы и мероприятия по оптимизации налоговой нагрузки не могут полностью освободить малое предприятие от налогов. Обязанность исчислять и оплачивать налоги и сборы возложена на все субъекты предпринимательской деятельности, в том числе и на малые предприятия.

Каждое юридическое лицо независимо от вида деятельности и организационно-правовой формы подлежит налогообложению. Малое предприятие обязано вести бухгалтерский и налоговый учёт и предоставлять бухгалтерскую и налоговую отчётность в налоговый орган в установленный срок. Малое предприятие является плательщиком федеральных, региональных и местных налогов и сборов. К федеральным налогам относятся налог на добавленную стоимость, акциз, налог на прибыль организации и др. К региональным налогам, уплачиваемым юридическими лицами, относятся транспортный налог, налог на имущество организаций. К местным налогам относится земельный налог.

Однако предусмотрены специальные налоговые режимы, которые вправе применять микропредприятия.

Субъекты малого предпринимательства обязаны исчислять и выплачивать все виды налогов и сборов, плательщиком которых они признаются законодательно. Несоответствующая организация ведения учета, исчисления налогов, непредоставление или несвоевременное предоставление бухгалтерской и налоговой отчетности, несвоевременная уплата налога, а также неверное исчисление налогов влечёт за собой санкции в виде пени и штрафов, которые существенно ухудшают финансовое состояние организации.

Непосредственно налоговая нагрузка снижает уровень финансового успеха организации. Но существуют вполне законные способы, применяя которые, малое предприятие способно уменьшить свою налоговую нагрузку. Для оптимизации налоговой нагрузки малое предприятие может разработать необходимые мероприятия для ее снижения планированием. Значимым элементом налогового планирования является проверка своих контрагентов, особенно поставщиков и подрядчиков. В настоящее время достаточно распространена схема ухода от налогообложения с помощью «номинальных» предприятий. В случае наличия у предприятия проблемного («номинального») поставщика или подрядчика все сделки с ним могут быть признаны фиктивными. Задача субъекта не допустить такой ситуации, что возможно при соответствующей организации управления, бухгалтерского и налогового учета.

Аппарат управления малым предприятием должен владеть информацией с целью своевременного принятия управленческих решений по налогообложению. Своевременно предоставленная информация дает возможность разработки управленческих решений и внедрения их в процесс деятельности предприятия, что предотвращает отрицательные факты его деятельности. Решения управленцев, принятые на основе предоставленной информации, уменьшают риски организации в различных областях ее деятельности [2, с. 27]. Однако решения по налоговому планированию, как и обращения к услугам по разработке налоговой нагрузки, не пользуются популярностью среди учредителей и руководителей малых предприятий.

Малые предприятия достаточно часто прибегают к услугам аудиторских и бухгалтерских фирм в части передачи на аутсорсинг ведения бухгалтерского и налогового учета, предоставления бухгалтерской, финансовой, статистической отчетности. Многие аудиторские, бухгалтерские и консалтинговые фирмы оказывают услуги налогового консультирования в условиях предоставления услуг аутсорсинга. Отказ от налогового планирования, несомненно, отрицательно влияет на эффективность работы и развитие малого бизнеса в целом, а значит, нужно обращать внимание на возможности предоставления аутсорсинговых услуг. Поэтому оказываемая поддержка предпринимателям Челябинской области в части аутсорсинговых услуг может сослужить хорошую службу как развитию малого бизнеса, так и развитию аутсорсинговых и консалтинговых аудиторских предприятий, среди которых есть и представители малого бизнеса.

Развитие малого бизнеса является залогом успешного функционирования экономики государства. Существующие программы поддержки малого предпринимательства создают условия для развития и функционирования малых предприятий. Возможность применения налоговых льгот можно считать одним из самых значимых элементов государственной поддержки малого бизнеса. К тому же малые предприятия могут самостоятельно разрабатывать и проводить мероприятия по оптимизации налоговой нагрузки, используя при этом методы финансового менеджмента и налогового планирования.

Литература

1. Зайцева Г. В. Управленческий учет в системе деятельности хозяйствующего субъекта: Экономические, юридические и социокультурные аспекты развития регионов : сб. науч. тр. Челябинск : Челябинский институт экономики и права им. М. В. Ладощина, 2013. С. 21–27.
2. Малый бизнес Челябинской области // Официальный сайт Министерства экономического развития Челябинской области. URL: <http://chelbiznes.ru/> (дата обращения: 24.09.2014).
3. О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 14.06.1995 № 88-ФЗ. Не действует. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

УДК 334.012.64:658(470)

Матвеева Е.С.

Matveeva E.S.

ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ОФОРМЛЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

BASIC WAYS OF REGISTRATION OF SMALL BUSINESS IN RUSSIA

В статье раскрыты основные способы оформления малого бизнеса в России. Представлены особенности организации нового предприятия и покупки уже действующего.

The article describes the main ways of registration of small business in Russia. It is reported about the features of the organization of a new enterprise and buying of the existing business.

Ключевые слова: малое предпринимательство, создание нового бизнеса, покупка действующего предприятия, организационные проблемы.

Key words: small business, new business creation, purchase of existing businesses, organizational problems.

На современном этапе малый бизнес играет значимую роль в формировании российской экономики, в создании и реализации востребованных товаров и услуг. Предпринимательство – древнейшее определение деятельности, связанной не только непосредственно с жизнедеятельностью людей, но и с развитием человеческого общества и государства в целом. Опыт веков свидетельствует, что «промышленность отечественная и торговля внутренняя – суть главные источники богатства государственного» [2, с. 20]. Малое предпринимательство – это сектор экономики, деятельность которого включает в себя индивидуальное предпринимательство и небольшие частные предприятия. Малый бизнес является фундаментом рыночной экономики, потому что он мобилен, создает конкуренцию, быстро реагирует на любые изменения ситуации, создает дополнительные рабочие места.

В малом бизнесе предприятия развиваются в условиях конкурентной борьбы. Так как на рынке присутствует много участников, предприятиям приходится постоянно следить за изменениями рынка, адаптироваться к ним. Предприниматель обязан вовремя замечать изменения, своевременно совершать действия, способные вывести его бизнес на новый уровень развития, соответствующий состоянию рынка, иначе он проиграет в битве конкурентов и дальнейшая борьба за прибыль будет для него закрыта. В условиях конкуренции активно и свободно развиваемого малого бизнеса небольшие предприятия способны создавать необходимую насыщенность рынка товарами и услугами, поддерживать устойчивый уровень цен. Главным отличием малого бизнеса является подвижная конкурентная среда, которой не хватает крупным монополистам, отчего страдает качество производимой продукции и отстает процесс внедрения новых технологий.

В ходе организации малого бизнеса в России предприниматели сталкиваются с рядом проблем, не решив которые, невозможно развиваться дальше. Но после их решения появляются другие, возникающие в процессе деятельности предприятия. Успешность такого вида бизнеса целиком зависит от руководства предприятия и принимаемых им решений. Создавая свое дело, бизнесмену необходимо обладать жизненным опытом, материальной базой, предпринимательскими способностями.

На современном этапе государство всемерно поддерживает малый бизнес, издавая нормативно-правовые акты, снижая налоговую нагрузку и ставки отчислений во внебюджетные фонды Российской Федерации, субсидируя предпринимателей.

Принимая решение о создании предприятия, бизнесмены сталкиваются с вопросом: начинать дело с нуля или купить уже действующее. Но нужно учитывать при выборе, что и у того, и другого есть свои особенности. Самое главное, о чем должны помнить предприниматели, – нужно знать все о направлении бизнеса, которым собираешься заниматься. Отсутствие знаний может создать дополнительные проблемы на всех стадиях функционирования предприятия.

Начиная бизнес с создания нового предприятия, предприниматель должен разработать концепцию дела, в которой важно оценить такие личные качества, как новаторство, ответственность, уровень образования, опыт работы и другие. Также необходимо проанализировать риск, возникающий в процессе предпринимательской деятельности. Далее предпринимателю следует оценить идею бизнеса: в какой мере она конкурентная, рентабельная, прибыльная; идея должна быть основана на личностных предпочтениях предпринимателя и отраслевых тенденциях рынка. После этого разрабатывается стратегия дела, в которой ставятся цели и задачи, также проводится финансовая оценка стратегии дела. На первоначальном этапе разработки концепции дела все действия носят теоретический характер: нужно изучить рынок выбранного товара или услуги, конкурентов и их продукцию, исследовать спрос на продукцию, выбрать местоположение предприятия, найти помещение, подобрать необходимое оборудование.

После того как разработана концепция дела, предприниматель приступает к организационным мероприятиям: осуществляет выбор способа ведения бизнеса (единоличный или коллективный) и организационно-правовой формы предприятия, определяет состав учредителей. На этом этапе происходит подбор кадров, выбираются методы управления (экономические, организационно-распорядительные, правовые, социально-психологические). Следующим мероприятием на этом этапе будет общее собрание совета управления, на котором разрабатываются и утверждаются учредительные документы для малого предприятия, назначается генеральный директор, председатель организационной комиссии, главный бухгалтер. После всех назначений оформляется первый протокол общего собрания, договор о создании. После оплаты государственной пошлины за регистрацию и уставного капитала (не менее 50 % от общей суммы) открывается временный (накопительный) счет в банке и регистрируется предпринимательская деятельность, при необходимости нужно провести лицензирование бизнеса. На этом заканчиваются организационные мероприятия, и бизнес начинает работать.

Создание нового бизнеса завершается формированием системы управления предпринимательской деятельностью. На этом этапе проводятся завершающие детальные маркетинговые исследования, тестирование рынка, демонстрация продукции, изучение каналов движения товаров, разработка рекламы и другое. Составляется бюджет и прогноз движения финансов, выявляются источники финансовой поддержки бизнеса. Управление предпринимательской деятельностью подразумевает управление хозяйственной, закупочной деятельностью, товарно-материальными запасами, доступом к сырью, установление связей с другими предприятиями, управление качеством и ценовой политикой, рисками и страхованием предпринимательской деятельности, финансовый мониторинг на разных этапах развития малого бизнеса.

Развитие малого бизнеса, открытого как новое предприятие, зависит от степени разработанности дела, грамотности организационных мероприятий, но больше всего дальнейшее развитие опирается на своевременное, правильное, предприимчивое управление предпринимательской деятельностью.

Предприниматель на современном этапе при наличии у него материальных, финансовых и других возможностей может купить действующее предприятие. При покупке готового бизнеса предпринимателю необходимо действовать по примерному плану, который включает в себя шесть этапов:

- 1) поиск подходящего предприятия;
- 2) оценка состава и стоимости продаваемого предприятия (или его части);
- 3) составление и подписание договора продажи предприятия;
- 4) письменное уведомление кредиторов продаваемого предприятия;
- 5) передача предприятия продавцом покупателю;
- 6) переход права собственности на предприятие.

На каждом этапе покупки готового бизнеса предпринимателю необходимо знать определенные особенности, с которыми он может столкнуться во время подготовки и реализации сделки по покупке предприятия. Так, на первоначальном этапе необходимо определиться с товарами или услугами, которые соответствовали бы способностям, желаниям, умениям и квалификации бизнесмена, покупающего предприятие. Анализ рынка продающихся предприятий в интересующей предпринимателя сфере поможет выбрать именно тот готовый бизнес, который соответствует его возможностям. При поиске подходящего предприятия на первоначальном этапе нужно выяснить у продавца причины продажи выбранного предприятия.

На этапе оценки состава и стоимости продаваемого предприятия главной особенностью является составление и рассмотрение продавцом и покупателем акта инвентаризации, бухгалтерского баланса, а также заключение независимого аудитора о составе и стоимости предприятия, перечня всех обязательств, включаемых в состав предприятия, с обязательным указанием кредиторов, характера, размера и срока их требований.

После оценки состава и стоимости предприятия составляется договор продажи, в котором указывается состав и стоимость продаваемого предприятия, к договору прикрепляется обязательное приложение, содержащее данные, полученные при оценке и составе продаваемого предприятия. Этот договор подлежит обязательной регистрации и считается заключенным с момента регистрации. Выявленные кредиторы должны быть письменно проинформированы о продаже предприятия, при этом они имеют право в течение трех месяцев со дня уведомления потребовать досрочного исполнения продавцом обязательств или признания договора продажи предприятия недействительным. Кредитор обязан в письменном виде сообщить продавцу и покупателю о согласии на перевод долга. Без этого согласия договор о продаже предприятия является недействительным.

Передача предприятия продавцом покупателю заключается в составлении продавцом и представлении на подписание передаточного акта, в котором указаны данные о составе передаваемого предприятия и об уведомлении кредиторов о продаже, сведения о выявленных недостатках передаваемого имущества. Покупатель может потребовать уменьшения покупной цены предприятия, если эти сведения не были указаны в договоре продажи предприятия. Предприятие считается переданным покупателю со дня подписания передаточного акта обеими сторонами. Заканчивается покупка бизнеса государственной регистрацией права собственности на предприятие непосредственно после передачи предприятия продавцом покупателю.

Различные способы открытия предпринимательской деятельности имеют свои преимущества и недостатки. Так, при покупке уже существующего предприятия преимуществами являются действующий способ ведения бизнеса, сформировавшаяся репутация предприятия, а недостатками – возможное наличие долгов у приобретаемого предприятия, несоответствие цены приобретаемого предприятия его реальной стоимости. При создании нового предприятия предприниматель имеет возможность реализовать собственные идеи, проявлять свободу и независимость в принятии решений, может

осуществлять контроль, создавать новые рабочие места, получать высокие доходы – все это преимущества данного способа. Недостатками являются следующие факторы: потребность в стартовом капитале (затраты выше, чем при других способах), неустойчивый доход, большой риск, большая загруженность предпринимателя на первоначальном этапе создания бизнеса.

Принимая решение о создании предприятия, предпринимателю необходимо учитывать не только особенности оформления бизнеса, но и собственные возможности. Простого желания стать бизнесменом недостаточно, нужно принимать во внимание финансовое состояние будущего бизнесмена, его предпринимательские навыки и личностные качества, оценить имеющиеся знания, способности к непрерывному обучению, жизненный опыт, который поможет ему в процессе организации бизнеса и его производственной деятельности. Целеустремленный и грамотный предприниматель, нацеленный на результат, способен организовать и достойно вести бизнес, получая стабильную прибыль в любых условиях.

Литература

1. Балашевич М. И., Быкова Т. П. Экономика и организация малого бизнеса. Мн. : БГЭУ, 2012. 334 с.
2. Зайцева Г. В. Исторические факты развития предпринимательства и налогообложения в России // Современное развитие малого бизнеса : материалы II Всерос. профессиональн. конф. с международ. участием. Челябинск : Челяб. ин-т экономики и права им. М. В. Ладина, 2014. С. 20-26.
3. О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей [Электронный ресурс] : федер. закон Рос. Федерации от 08 июля 2001 г. № 129-ФЗ по состоянию на 24 сентября 2014. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. Франовская Г. Н. Малый бизнес : учеб. пос. Воронеж : ИПЦ ВГУ, 2007. 204 с.

УДК 334.012.64:657.47

Логина О.В.

Loginova O.V.

ЗНАЧЕНИЕ УЧЕТА ЗАТРАТ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

IMPORTANCE OF COST ACCOUNTING FOR DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS

В статье раскрыты основные способы формирования затрат и калькулирования себестоимости. Представлены особенности организации учета затрат на малом предприятии.

In the article the main methods for the formation costs and cost calculation are presented. The features of the organization of cost accounting in small business are described.

Ключевые слова: малое предпринимательство, нормирование затрат, контроль, калькулирование себестоимости.

Key words: small business, valuation costs, control, cost calculation.

В современном мире малое предпринимательство занимает ведущее место в экономике страны и поэтому является ее неотделимой частью, а значит, служит показателем стабильности и благосостояния государства. В качестве поддержки малых предприятий законодательно разрешено ведение бухгалтерского учета в несколько упрощенной форме [2]. Например, для микропредприятий предусмотрена самая простая форма ведения бухгалтерского учета – без применения двойной записи, в то время как для малых и средних предприятий применение двойной записи является обязательным.

Вопрос формирования затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг) весьма актуален для предприятий независимо от их размера и отраслевой принадлежности. Именно от верно выбранного метода формирования затрат, его тщательного изучения и успешного практического применения зависит рентабельность производства, исчисление дохода предприятия, расчет экономической эффективности от внедрения новых организационно-технических мероприятий, а также обоснование управленческого решения о производстве новых видов продукции и снятия с производства устаревших. Для того чтобы поддерживать эти показатели на высоком уровне, необходимо адекватно оценивать целесообразность тех или иных затрат, возможности производства и не допускать завышения цены. Поэтому одной из задач, которая стоит перед руководителем, является оптимизация затрат. Затраты представляют собой денежную оценку стоимости различных ресурсов: материальных, трудовых, финансовых и других. Затраты на производство являются частью расходов организации, связанных с осуществлением обычных видов деятельности по производству продукции, выполнению работ и оказанию услуг, являющихся целью создания организации, а также предметом ее деятельности. Порядок определения применяемых затрат и способы их учета на производстве, как и способы калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг), организация определяет самостоятельно, исходя из отраслевой специфики и нормативных документов, применяемых в части, не противоречащей новым нормативным документам по бухгалтерскому учету. Затраты определяются на основании представленных первичных документов. При списании материалов в производство используется накладная на внутренние перемещения, при расчете амортизации – справка-расчет бухгалтера.

В целом, в экономике организации рассматриваются издержки, в том числе в бухгалтерском учете на этапе планирования, объектом являются затраты, а, как только сформирована себестоимость и продукция прошла все этапы обработки, объектом учета становятся расходы. Затраты могут носить разный характер, возникать одновременно или постоянно в течение всего производственного процесса. Главным объектом для создания результата работы являются расходы, формируемые в основной деятельности. Это материалы, заработная плата и отчисления во внебюджетные фонды рабочих, непосредственно занятых на производстве, также сюда можно отнести работы подрядчиков. Все они, главным образом, связаны с процессом производства (выполнением работ, оказанием услуг) и в конечном итоге формируют себестоимость готовой продукции и содержат в ней большую часть.

Небольшой объем в себестоимости готовой продукции занимают расходы, связанные с управлением, заработная плата и взносы во внебюджетные фонды руководителя и его подчиненных, если таковые имеются. Затраты основного производства на конец периода разделяются на затраты незавершенного производства или отражают суммы, сформированные в дебете счета «Основное производство» по видам затрат, которые на конец месяца переносятся на счета готовой продукции. Однако, если на конец месяца продукция, на которую были списаны данные суммы, не прошла всех стадий обработки, оставшаяся сумма в составе основного производства оценивается как незавершенное производство в сумме стоимости затрат по продукции, которая не прошла все стадии обработки. Незавершенное производство проходит процесс инвентаризации с пересчетом сумм, фактически отпущенных в производство, сформированных в конце периода показателей незавершенного производства, и включает показатели остатков вспомогательного производства. Продукция, прошедшая все стадии обработки, перенесенная на склад готовой продукции, рассматривается в учете в качестве объекта запасов – «готовая продукция» – и оценивается по нормативной или фактической стоимости.

Предприятие, формирующее крупный объем готовой продукции, равно как и небольшой, стремится к получению прибыли, которая в современной экономике во многом определяется себестоимостью. Главное отличие организации деятельности субъектов малого предпринимательства от крупных производственных организаций невелико. Все виды затрат, независимо от того, относятся ли они к самому процессу производства или же к управленческим расходам в малом бизнесе, списываются на счета основного производства, а направления деятельности определяются открытием соответствующих субсчетов [1]. Это можно объяснить тем, что большинство малых предприятий занимается выпуском однородной продукции и процесс ее производства, отражаемый в фактах хозяйственной жизни, достаточно прост [2]. Создаются специальные рекомендации для субъектов малого предпринимательства в части разработки организацией собственного упрощенного плана счетов, которые облегчают методику учета.

В части учета и планирования рассматривается калькулирование себестоимости. Себестоимость продукции независимо от сферы деятельности предприятия служит одним из важнейших показателей финансового состояния, поэтому для ее определения существует несколько методов калькулирования. И организации следует выбирать тот метод, который будет отвечать требованиям производственной структуры. В учетной политике отражается выбранный метод калькуляции себестоимости, а также порядок списания расходов в производство, амортизация и другое. Так как многие субъекты малого предпринимательства занимаются единичным производством, то для них более удобен позаказный метод калькуляции, в котором затраты собираются на каждый отдельно изготавливаемый заказ. При позаказном методе калькуляции себестоимость определяется только тогда, когда заказ полностью выполнен.

Определение себестоимости продукции является важнейшим показателем для предприятия, так как от нее зависит формирование цены, определение объемов производства, целесообразность выпуска данной продукции, расширение ассортимента. Поэтому грамотно организованный учет и контроль затрат, основанный на мониторинге плана и факта, позволяют четко и оперативно отслеживать изменения себестоимости выпускаемой продукции и своевременно принимать управленческие решения, снижая затраты и получая максимальную прибыль. В условиях самостоятельного планирования самими предприятиями номенклатуры продукции и свободных (рыночных) цен, применения действующей системы налогообложения возрастает значимость методически обоснованного учета затрат и калькулирования себестоимости единицы продукции, вырабатываемой на предприятии. Отсутствие этих показателей приводит к снижению темпов роста эффективности производства и в первую очередь отрицательно сказывается на размере прибыли и рентабельности. Управление себестоимостью продукции предприятий – планомерный процесс формирования затрат на производство всей продукции и себестоимости отдельных изделий, контроль за выполнением заданий по снижению себестоимости продукции, выявление резервов ее снижения. Основными элементами системы управления себестоимостью продукции являются:

- прогнозирование и планирование;
- нормирование затрат;
- учет и калькулирование;
- анализ и контроль.

Грамотно организованный учет, своевременный анализ издержек помогает четко и оперативно отслеживать изменения себестоимости выпускаемой продукции, а также оценивать эффективность производства и правильность формирования цен на производимую продукцию (выполняемые работы, оказываемые услуги). Все большее количество малых предприятий отказывается от введения в штатное расписание бухгалтера, обосновывая это увеличением управленческих расходов. И это достаточно верное решение, ведь в таком случае они передают свой бизнес на аутсорсинг. В настоящий момент этот вид оказания бухгалтерских услуг получил большое распространение в нашей стране. К тому же компании-аутсорсеры предоставляют информационные и консультационные услуги по ведению бизнеса. В руках профессионалов сосредоточены современные технологии, знания и опыт, что поможет создать высококонкурентное предприятие. Возможность сосредоточиться на основном виде деятельности, а не на процессах, обеспечивающих производство, также является одним из преимуществ перевода бизнеса в ведение сторонней организации – на аутсорсинг.

На данный момент существует недостаточное количество каких-либо отраслевых указаний для субъектов малого бизнеса, разработанных министерствами, поэтому такие предприятия нуждаются в более обширной нормативной базе для организации соответствующего учета. Поэтому главной тенденцией развития поддержки малого предпринимательства в части организации учета и налогообложения становится разработка соответствующих документов (законов, стандартов, рекомендаций, указаний), которые бы могли во многом не только упростить ведение бухгалтерского учета, но и создать такие условия, которые привели бы к увеличению количества субъектов малого бизнеса. Одним из способов поддержки в части налогового и бухгалтерского учета является разрешение применения для субъектов малого предпринимательства кассового метода. Это означает, что малые предприятия вправе признавать выручку по мере поступления денежных средств, при этом не имеет значения, перешло ли право собственности покупателю на отгруженный товар или приемки заказчиком работ. Для предприятий важно знать реальный размер прибыли, а не номинальный. Этот метод выгоден организациям, применяющим специальные режимы налогообложения, например,

упрощенную систему налогообложения или единый сельскохозяйственный налог. Если же предприятие находится на общей системе налогообложения, то необходимо взвесить все за и против при выборе метода учета доходов и расходов, так как не всегда кассовый метод выгоднее метода начисления.

Глобализация современного экономического пространства делает необходимым составление единочитаемой отчетности о деятельности предприятий. Это касается не только крупных организаций, но и субъектов малого предпринимательства. Поэтому специально для малых предприятий был разработан международный стандарт финансовой отчетности (далее – МСФО), который может использоваться вместо полного применения всех МСФО. Он должен помочь уменьшить затраты на составление финансовой отчетности, сделать информацию о деятельности предприятия достоверной, понятной и сопоставимой. Применение данного МСФО дает возможность выхода на международные рынки, тем самым позволяет привлекать иностранный капитал, что в целом повлияет и на развитие экономики всей страны. Ведется активная работа в данном направлении, которая может занять длительное время, но в конечном итоге это предоставит неоспоримые преимущества для развития малого бизнеса.

Учет затрат на малом предприятии – одна из основных составляющих формирования успеха в малом предпринимательстве. Соответствующая организация учета, своевременно поступающая информация о движении активов и накоплении капитала дает возможность грамотного управления организацией в целом и формирует развивающееся предприятие.

Литература

1. Багиев Г. Л. Организация предпринимательской деятельности : учеб. пос. / под общ. ред. Г. Л. Багиева, А. Н. Асаул. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. 231 с.
2. Рекомендации для субъектов малого предпринимательства по применению упрощённых способов ведения бухгалтерского учёта и составления бухгалтерской (финансовой) отчётности : утв. решением Президентского совета НП «Институт профессиональных бухгалтеров и аудиторов России» (протокол от 25.04.2013 № 4/13). URL: <http://www.ipbr.org/accounting/small-business-accounting-recommendations/> (дата обращения: 28.11.2014).

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 338.48(470)

Рубан Д.А.
Ruban D.A.

НЕКОТОРЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ

SOME SOCIO-ECONOMIC PREMISES FOR REGIONAL DEVELOPMENT OF TOURISM IN RUSSIA

В качестве социально-экономических предпосылок развития туризма в России рассматриваются инновационная активность и развитие человеческого потенциала в регионах. Они оказываются наилучшими в г. Москве, г. Санкт-Петербурге, Республике Татарстан, Томской области и в Сибирском федеральном округе. Устранение диспропорции в географическом распространении этих предпосылок и больших различий между регионами по инновационной активности предлагается в качестве задачи для выработки государственной стратегии социально-экономического обеспечения развития туристической индустрии.

Innovation activity and human potential development in regions are considered as socio-economic premises for development of tourism in Russia. These premises are the best in Moscow, Saint-Petersburg, the Republic of Tatarstan, and the Tomsk Region, as well as in the Siberian Federal District. Removal of disproportion in geographical distribution of these premises and significant differences between the regions in innovation activity are suggested as the tasks to develop the state strategy of socio-economic support of tourism industry development.

Ключевые слова: туризм, инновации, человеческий потенциал.

Key words: tourism, innovations, human potential.

Многоуровневость административно-территориального устройства и большие размеры России заставляют обратить внимание в т.ч. на организацию туристической деятельности в регионах. При этом в число важных задач входят диверсификация этой деятельности и переориентация туристических потоков [1; 9]. Такого рода задачи не являются специфическими только для России (например, см. [12]). Их решение возможно за счет развития новых, нетрадиционных форм туризма. К последним могут быть отнесены экологический, геологический и некоторые другие виды просветительского туризма, креативный туризм, отчасти гастрономический туризм и т. д. Многие из них не являются принципиально новыми с точки зрения мирового опыта, а некоторые уже развиваются и в России [3; 7; 10; 11]. Однако доля соответствующих программ в нашей стране остается сравнительно небольшой. В этой связи актуальным является вопрос о предпосылках развития таких форм туризма в российских регионах. Цель настоящей работы – анализ двух социально-экономических предпосылок, а именно инновационной активности и развития человеческого потенциала. При этом рассматриваются они в совместном действии.

Инновационная активность отражает динамику региональной инновационной системы. Ее показатель (индекс) рассчитывается ежегодно Национальной ассоциацией

инноваций и развития информационных технологий для каждого из субъектов федерации на основании широкого круга показателей [4]. Инновационная активность выступает в качестве важной предпосылки регионального развития туризма, т. к. она формирует благоприятную среду для становления новых форм туристической деятельности (не только экономическую, но также социальную и административно-правовую) и привлечения необходимого для этого венчурного капитала (см. также [5; 6]).

Развитие человеческого потенциала может трактоваться весьма широко, но, в целом, оно отражает уровень общественного развития на той или иной территории. Его показатель (индекс) рассчитывается по стандартной методике, предложенной экспертами ООН; он определяется как для отдельных стран, так и для российских регионов [2; 8]. Развитие человеческого потенциала также может рассматриваться как существенная предпосылка регионального развития туризма в силу того, что уровень общественного развития предопределяет, с одной стороны, спрос на туристические услуги (в т. ч. из-за более высокого уровня образованности населения и внимания к здоровому образу жизни), а с другой – наличие в той или иной степени достаточных человеческих ресурсов для предложения таких услуг. Иными словами, это одна из важных предпосылок полноценного функционирования туристического рынка. Более того, значительный человеческий потенциал, по всей видимости, отражает также высокий уровень культуры общества, что должно минимизировать негативные явления, связанные с туристической деятельностью.

Совместное действие этих предпосылок целесообразно рассматривать по причине того, что, как минимум, инновационная активность отражает состояние региональной экономической системы (современная экономика должна быть инновационной по своей сути), а развитие человеческого потенциала – своего рода социальное благополучие. Обе характеристики тесно связаны, т. к. туризм представляет собой одновременно и вид экономической деятельности, и социальное явление. Стоит также добавить, что две рассматриваемые в настоящей работе предпосылки регионального развития туризма носят общий характер (безотносительно конкретных стран); например, созвучные социально-экономические аспекты рассматривались при обсуждении перспектив развития туризма в районе Амальфи (Италия) [12].

Наиболее свежие данные по индексу инновационного развития [4] и индексу развития человеческого потенциала [2] в регионах России относятся к 2013 г. и 2010 г. соответственно. Разница в годах не имеет большого значения, т. к. второй из рассматриваемых индексов, будучи рассчитан для 2010 г., обсуждался в «Докладе о человеческом развитии в Российской Федерации за 2013 г.» [2], т. е. может напрямую использоваться для обсуждения ситуации по состоянию на 2013 г. Сравнение этих данных позволит определить, насколько две рассматриваемые в настоящей работе предпосылки развития туризма совпадают географически. Особое внимание обращается на 10 регионов с наивысшим значением каждого показателя.

Наибольшая инновационная активность отмечена в следующих российских регионах (перечислены в порядке убывания): г. Москва, г. Санкт-Петербург, Республика Татарстан, Краснодарский край, Нижегородская, Самарская, Московская, Новосибирская области, Алтайский край и Томская область; значения соответствующего индекса для них изменяются в значительных пределах [4]. Наибольшим развитием человеческого потенциала среди субъектов федерации характеризуются (перечислены в порядке убывания) г. Москва, г. Санкт-Петербург, Тюменская, Сахалинская, Белгородская области, Республика Татарстан, Красноярский край, Республика Коми, Томская область и Республика Саха (Якутия); значения соответствующего индекса для них изменяются в незначительных пределах [2].

Сравнение приведенных выше списков показывает, что лишь четыре региона оказываются в обоих из них. Это г. Москва, г. Санкт-Петербург, Республика Татарстан и

Томская область. Следовательно, именно в этих регионах рассматриваемые социально-экономические предпосылки развития туризма оказываются наилучшими в стране. Это тем более важно, что на их территории концентрируется значительное количество разнообразных природных и историко-культурных туристических ресурсов. Стоит отметить и тот факт, что эти регионы расположены на том или ином удалении друг от друга и, следовательно, обозначают своего рода точки роста туристической индустрии в пределах страны. Те регионы, которые демонстрируют либо только высокую инновационную активность, либо только высокий человеческий потенциал, также должны рассматриваться в качестве достаточно перспективных для развития туризма. Однако наличие в них только одной предпосылки обозначает своего рода проблему. Например, высокий человеческий потенциал Республики Саха (Якутии) [2] при низкой инновационной активности [4] требует повышения последней для поддержки новых форм туристической деятельности.

Представляет собой интерес проведение анализа рассматриваемых в настоящей работе предпосылок по федеральным округам. Связано это с тем, что, с одной стороны, последние в той или иной степени соответствуют исторически сложившимся крупным территориальным формированиям, а с другой — их наличие позволяет эффективно использовать административные механизмы для социально-экономического обеспечения регионального развития туризма. Из 10 регионов, демонстрирующих наибольшую инновационную активность, 6 приходится на Приволжский и Сибирский федеральные округа (по 3 региона в каждом округе), 2 — на Центральный округ и 2 — на Северо-Западный и Южный округа (по 1 региону в каждом округе). Распределение регионов с наибольшим развитием человеческого потенциала по территории страны оказывается несколько более равномерным. Из 10 регионов 8 расположены в Дальневосточном, Северо-Западном, Сибирском и Центральном федеральных округах (по 2 региона в каждом округе) и еще 2 региона — в Приволжском и Уральском округах (по 1 региону в каждом округе).

Для четырех федеральных округов (Приволжского, Северо-Западного, Сибирского и Центрального) установлено наличие в их составе регионов с высокими показателями как инновационной активности, так и развития человеческого потенциала. Таким образом, в них существуют благоприятные социально-экономические предпосылки регионального развития туризма. В составе Сибирского федерального округа можно отметить некоторую концентрацию регионов с большими значениями обоих анализируемых показателей. Следовательно, именно на его территории эти предпосылки оказываются наилучшими.

Как уже говорилось выше, инновационная активность и человеческий потенциал могут дать кумулятивный благоприятный эффект лишь в менее, чем половине из перечисленных выше регионов. Это означает, что в России требуется реализация специальных программ, направленных на выравнивание соответствующих показателей. Безусловно, такие программы затрагивают самые различные аспекты регионального социально-экономического развития, и, следовательно, их реализация только для обеспечения развития туризма (сколь бы важным оно ни было в государственных масштабах) нецелесообразна. Это заключение предопределяет необходимость устранения проблем отечественной туристической индустрии совместно с постановкой и решением задач сбалансированного социально-экономического развития.

Выше речь шла о регионах с максимальными значениями индексов инновационной активности и/или развития человеческого потенциала. Однако, с точки зрения национальных интересов, туризм должен развиваться повсеместно. По всей видимости, оптимальная государственная стратегия должна заключаться, во-первых, в поощрении увеличения инновационной активности пропорционально развитию человеческого потенциала (и наоборот) в каждом регионе, а во-вторых, в устранении значительных

различий между самыми передовыми и наиболее отстающими регионами по абсолютному значению этих показателей. Что касается первого, то стоит оценить современную диспропорцию в географическом распределении рассматриваемых предпосылок. Это возможно путем проведения корреляционного анализа значений индексов инновационного развития и развития человеческого потенциала на основании имеющихся данных [2; 4]. Значение коэффициента парной корреляции (по Спирмену) составляет 0,61, что выявляет умеренную степень обсуждаемой диспропорции. Если говорить об абсолютном значении показателей, то инновационная активность разнится по регионам очень сильно [4], тогда как степень развития человеческого потенциала — в гораздо меньшей степени [2]. Следовательно, именно устранение столь большой разницы между регионами России по величине инновационной активности является существенным условием создания надежной социально-экономической предпосылки регионального развития туризма.

Предпринятый анализ двух социально-экономических предпосылок регионального развития туризма в России позволяет сделать следующие выводы:

1) как инновационная активность, так и развитие человеческого потенциала в регионах имеют большое значение для развития туризма;

2) обе предпосылки достаточно хорошо выражены в ограниченном числе регионов (г. Москва, г. Санкт-Петербург, Республика Татарстан и Томская область) и федеральных округов (прежде всего, в Сибирском), которые могут стать точками роста национальной туристической индустрии;

3) в качестве неблагоприятных условий развития туризма следует рассматривать как диспропорцию в географическом распределении инновационной активности и развития человеческого потенциала на территории России, так и огромные различия между регионами в инновационной активности.

В практическом отношении актуальными представляются, во-первых, использование существующих предпосылок для развития туризма в обозначенных в настоящей работе регионах России и, во-вторых, апробация теоретических наработок (в т. ч. из международного опыта — например, [12]) по формированию благоприятной социально-экономической среды. Совершенствование методики анализа социально-экономических предпосылок регионального развития туризма для постановки и решения как исследовательских, так и сугубо практических проблем следует признать в высшей степени актуальным.

В заключение автор выражает благодарность А. Вита (Университет Салерно, Италия), Е.Е. Плюсниной (Южный федеральный университет, Россия) и С.-К. Тан (Национальный университет Чень Кунь, Тайвань) за помощь с литературой и / или плодотворный обмен мнениями.

Литература

1. Григориadis Д. Ф. Перспективы развития туристического бизнеса в России // Модернизация экономики России: отраслевой и региональный аспект. Ростов-на-Дону : РГЭУ, 2013. С. 130–134.
2. Доклад о человеческом развитии в Российской Федерации за 2013 г. / под ред. С. Н. Бобылева. М. : ООО «РА Ильф», 2013. 202 с.
3. Ледовских Е. Ю., Моралева Н. В., Дроздов А. В. Экотуризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. Тула : Гриф и К, 2002. 284 с.
4. Национальная ассоциация инноваций и развития информационных технологий. URL: <http://www.nair-it.ru> (дата обращения: 27.09.2014).
5. Плюснина Е. Е. Некоторые предпосылки развития экологического туризма в Республике Адыгея // Проблемы туризмoведения. Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ, 2014. С. 348–351.

6. Плюснина Е. Е., Рубан Д. А. Инновационные предпосылки регионального развития экологического туризма в России // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2013. № 2. С. 46–50.
7. Рукоосуева И. С. «Медовый туризм» в Хабаровском крае: проблемы и перспективы // Региональная экономика: теория и практика. 2007. № 7. С. 159–163.
8. Сахарова О. Н. Индекс развития человеческого потенциала: место России в современном мире // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2014. № 1. С. 16–20.
9. Тарасова О. Ю. Перспективы развития предпринимательских систем туристической индустрии // Эффективные механизмы инновационно-технологического развития современного общества. Сочи : СтерхГРУП, 2013. С. 73–78.
10. Яшалова Н. Н., Рубан Д. А. Перспективы развития экологического туризма в интересах «зеленой» экономики // Вестник УрФУ. Экономика и управление. 2013. № 6. С. 98–106.
11. Gordin V., Matetskaya M. Creative tourism in Saint Petersburg: the state of the art // Journal of Tourism Consumption and Practice. 2012. V. 4. P. 55–77.
12. Vita A. Il territorio come spazio aperto. Turismo e competitivita del sistema amalfitano. Salerno : Plectica, 2001. 147 p.

УДК 338.48(571.13)

Карасев И.Е., Тарада М.С.
Karasev I.E., Tarada M.S.

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МАЛЫХ ГОРОДОВ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

TOURIST POTENTIAL OF SMALL TOWNS IN THE OMSK REGION AND ITS POSITIONING PROBLEMS

Статья посвящена изучению туристского потенциала малых городов Омской области. Авторы характеризуют малые города Омского региона с точки зрения туристской индустрии, анализируют ситуацию на омском туристском рынке, связанную с продажей внутреннего туристского продукта. Особое внимание уделяется основным проблемам, связанным с позиционированием туристского потенциала малых городов.

The article is devoted to the study of the tourism potential of small towns in the Omsk region. The authors characterize the small towns of the Omsk region from the point of view of the tourism industry; analyze the tourism market situation connected with the sale of the domestic tourist product. Special attention is paid to key problems associated with the positioning of the tourist potential of small towns.

Ключевые слова: малые города, туристский потенциал, проблемы позиционирования внутреннего туристского продукта, Омская область.

Key words: small towns, tourist potential, the problem of positioning the internal tourism product, Omsk region.

Малые исторические города составляют особую ценность для нашей страны. Это объясняется и богатыми культурными ресурсами регионов, и местным колоритом, и изобретательностью и предприимчивостью самих жителей. Города начали активно изучать свою историю, воссоздавать прежние традиции, праздники и предлагать совершенно новые. При этом особо важную роль играют малые города в развитии регионального туризма. Памятники культуры, традиции и быт коренного населения, местные достопримечательности – все это может стать объектом внимания потенциальных туристов. Главная цель нашей работы – обозначить туристский потенциал малых городов Омской области и выявить проблемы позиционирования внутреннего туристского продукта.

Говоря о туристском потенциале Омской области, необходимо уделить внимание городу Таре. Он находится на побережье реки Иртыш и входит в число древнерусских городов Сибири. Интересным представляется уже его местоположение: Тара находится в окружении смешанных лесов (береза, осина, ель, сосна). Основателем города был князь Андрей Елецкий, который был послан в здешние места воеводой для вытеснения сибирского хана Кучума [1]. Современная Тара тщательно хранит своё культурно-историческое наследие. Среди многочисленных достопримечательностей выделяются Спасский кафедральный собор, особняк купца Немчинова, Северный драматический театр имени М.А. Ульянова, крепостная стена на Юбилейной площади и др. Перечисленные достопримечательности, на наш взгляд, особо значимы по той причине, что сегодня объекты с глубокой историей для туристов бывают важнее, чем современные сооружения с модными архитектурными решениями.

Одним из красивейших поселков Омской области является поселок городского типа Большеречье, который заметно отличается чистотой, обширно простирающимися лесами и полями. Почти каждый палисадник местных жителей украшен цветами. С точки зрения туризма в Большеречье много привлекательных мест. Одно из них – Большереченский зоопарк, первый сельский зоопарк, посмотреть который съезжаются люди со всей Омской области, из других городов, а сегодня – и из других стран. Открытый зоопарк отличается большой территорией, поэтому, чтобы его обойти размеренным шагом, может потребоваться до шести – восьми часов. В 1982 году в Большереченской средней школе №2 появился живой уголок, в котором дети ухаживали за ежами, черепахами, морскими свинками и хомячками. Все организации Большереченского района приняли участие в строительстве зоопарка. Коллекция зоопарка сегодня насчитывает около 1800 животных, представляющих 205 видов млекопитающих, птиц, рептилий, амфибий и рыб со всего земного шара. Из них более 30 видов занесены в Красные книги России [5].

Особым объектом внимания туристов сегодня является Большереченский историко-этнографический музей. Экспозиция музея расположилась на площади 200 м². Экспонаты музея знакомят посетителей с историей развития Большеречья и Большереченского района, с флорой и фауной Большереченской земли [4]. В нем можно увидеть уникальные находки, которые были обнаружены на территории Большереченского района: останки мамонтов, бизонов, носорогов. Фонд музея содержит материалы важнейших археологических раскопок Саргатской культуры – урочища «Батаково», единственного в России археологического природного парка, уникального по своей первозданной сохранности.

Особый интерес у любителей культурно-познавательного туризма может вызвать картинная галерея, которая находится в живописном центре р. п. Большеречье, в здании, которое было построено в 1958 году и реконструировано в 1986 году. 27 декабря 1986 года картинная галерея приняла первых своих посетителей, многие из которых впервые увидели подлинные художественные произведения, выполненные профессиональными художниками: живописцами и графиками.

На территории Большереченского района имеется археологический и природный парк «Батаково», в нем представлен необычный комплекс поселений и могильников разных эпох. Богатой является флора национального парка. На территории «Батаково» можно увидеть естественные растительные сообщества с богатым флористическим составом: зафиксировано 395 видов высших растений, в том числе 33 вида редких и исчезающих, занесённых в Красную книгу.

Говоря обзорно об остальных районах Омской области, хочется отметить Горьковский район и его уникальные геологические объекты: Берег Драверта, Чертов палец и Провал земли.

Муромцевский район славится Петропавловским сосновым бором с 30-метровыми корабельными соснами, знаменитыми и легендарными озерами: Ленево, Данилово (находится на границе с Новосибирской областью) и Шайтан.

Крутинский район ассоциируется с огромными озерами, богатыми рыбой: Ик, Салтаим, Тенис.

В Знаменском районе находятся археологический памятник природы Чудская гора и центр народных ремесел.

В Большеуковском районе туристы могут ознакомиться с музеем истории Московско-Сибирского тракта и единственным сохранившимся участком этой дороги.

Усть-Ишимский район (самый удаленный район) славится археологическими объектами, ягодными, грибными и рыбными богатствами.

На территории Москаленского района есть Амринская балка и горько-соленое озеро Эбейты.

Таким образом, туристский потенциал Омской области достаточно богат. Интерес к турпродукту Омского региона, как показывает статистика, с каждым годом растет, но очень медленными темпами. Особое внимание государственные программы уделяют поселку Большеречье, Муромцевскому району. Проанализировав список предложений туристских предприятий Омска и Омской области, мы выделили основных туроператоров, которые проявляют активный интерес к продвижению продукта малых городов Омской области.

Туроператор «ОмскТур». На сайте компании предложены всевозможные вариации отдыха в поселке Большеречье: «Теплоходная экскурсия в зоопарк», «Двухдневный тур в Большеречье – 1», «Двухдневный тур в Большеречье – 2», «Путешествие в Старину Сибирскую», «Путешествие в Старину Сибирскую – 2», «Путешествие к Деду Морозу (2 дня)» [2].

ООО «Мистер Фогг» в начале 2014 года выставило программу туров в Большеречье на празднование самого веселого праздника – Масленицы. Туристам был предложен пакет, в который входит трансфер, театрализованная экскурсия по комплексу «Старина Сибирская», обед, посещение зоопарка, экскурсия. Стоимость: 1300 рублей для взрослого; 1100 рублей для ребенка до 12 лет.

ООО «Дискавери» делает акцент на активные туры по Омской области. На сайте выставлены программы: «Йога-тур», «Энергия Пяти Озер», туры выходного дня «Где начинается жизнь» [3].

Проведя опрос среди специалистов направлений по Омской области выше обозначенных компаний, мы выделили следующие проблемы, которые препятствуют гармоничному развитию данных направлений.

В первую очередь, как отметили эксперты, это высокая стоимость исходного турпродукта часто с неудовлетворительным уровнем обслуживания на месте. Во-вторых, это низкий уровень самих объектов размещения. В-третьих, удаленность объектов от железнодорожных и автовокзалов, аэропортов, что влечет за собой и высокую стоимость трансфера. Как отметила менеджер по туризму в Омской области, России, странах СНГ и ближнего зарубежья ООО «Мистер Фогг», популярностью пользуются, в основном, индивидуальные туры в Большеречье и в Муромцево.

Также эксперты выделяют один из самых важных факторов, влияющих на реализацию туристского продукта, – это уровень квалификации менеджеров по продажам турагентств города Омска, которые не отличаются высоким профессионализмом. Порой турист не знает, что ему нужно, как бы он хотел провести свои выходные или полностью отпуск. И именно менеджер должен на 100% правильно преподнести продукт, показав все свои знания. Для повышения уровня квалификации менеджеров туроператоры проводят специальные семинары и тренинги.

Итак, в ходе исследования нами был изучен туристский потенциал Омской области. Анализ показал, что ряд областных районов является достаточно привлекательным для туристов, ценящих в одних случаях охоту и рыбалку, а в других – культуру и просвещение. Вместе с тем на сегодняшний день актуальной проблемой является не только отсутствие должной туристской инфраструктуры в рассмотренных районах, но и слабая информированность о них. При изучении реализации внутреннего продукта на омском туристском рынке нами были выделены основные проблемы, с которыми сталкиваются туроператоры и турагенты. Для решения данных проблем и повышения уровня квалификации менеджеров необходимо не только проводить специальные семинары и тренинги в бизнес-среде, но и выводить обсуждение данного вопроса на областной уровень. Можно улучшить ситуацию с помощью ряда мер: за счет большого набора групп уменьшить себестоимость турпродукта хотя бы на первом этапе либо обеспечить регулярную транспортную туристскую доставку за счет бюджета области в целях рекламы продукта.

Литература

1. Александрова А. Ю. Международный туризм : учеб. М. : Аспект Пресс, 2002. 464 с.
2. Народная энциклопедия городов и регионов России «Мой город». URL: http://www.mojgorod.ru/omsk_obl/tara/ (дата обращения 16.10.2014)
3. Омская губерния. Портал Правительства Омской области. URL: <http://www.omskportal.ru> (дата обращения: 10.10.2014)
4. Омское Прииртышье. Туристический портал Омской области. URL: <http://omsk-turinfo.ru/upravlenie-razvitiem-i-prodvizheniem-turizma-malyh-poseleniy> (дата обращения: 16.10.2014)
5. Омсктур. URL: <http://www.omsktour.ru/> (дата обращения: 11.10.2014)

УДК 338.48:639.1(470)

Шоричева А.Ю.
Shoricheva A.Yu.

**ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО
В СФЕРЕ ОХОТНИЧЬЕГО ТУРИЗМА**

**PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP
IN HUNTING TOURISM**

В данной статье выявляются характерные особенности взаимодействия государства с охотничьим туризмом. Туристская индустрия превращается в одну из самых высокодоходных сфер городской экономики. Сотрудничество государства и туристского бизнеса повышает эффективность функционирования экономики. Выявлено взаимодействие государства и бизнеса, которое может стать одним из перспективных направлений развития индустрии туризма в современных условиях. На основе проведенного исследования автором предлагается совершенствование законодательства, улучшение качества предлагаемых услуг в сфере охотничьего туризма. Такой взгляд будет интересен специалистам в области туристской индустрии.

This article identifies some characteristics of the state hunting tourism interaction. The tourist industry is becoming one of the most profitable areas of the city economics. Cooperation of the state and tourist business increases the efficiency of the country's economy. It reveals the interaction of the government and business, which may be one of the most promising areas of tourism today. Based on the research, the authors propose the improvement of legislation, the raise of quality in the field of hunting tourism service. Such a view may be interesting for the specialists in the field of tourism industry.

Ключевые слова: охотничий туризм, государственная поддержка, туристические фирмы.

Key words: hunting tourism, government support, travel agencies.

Государственно-частное партнерство в сфере туризма реализуется в разных формах: комплексные (создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа, федеральные либо региональные целевые программы), целевые (по отдельным направлениям или задачам развития туротрасли) и обеспечивающие (второстепенно влияющие на туризм, развитие транспортной инфраструктуры).

Качество туристских услуг определяется эффективной организацией деятельности сотрудников турфирмы. Каждый сотрудник, реализующий тур, должен быть вовлечен в работу по обеспечению соответствия услуги требованиям клиента. Так как соответствие услуг требованиям туриста напрямую зависит от поставщиков, следовательно, для качественного предоставления этих услуг менеджер турфирмы должен знать характеристики турпродукта, владеть профессиональными умениями и навыками. Также работники сферы обслуживания должны отличаться высокой коммуникабельностью, взаимопониманием и вежливостью.

Расходы туристов в коллективных средствах размещения, на предприятиях питания, в транспорте влияют на экономическое развитие конкретной территории. Денежные средства туристов поступают в экономику места пребывания. Состояние инфраструктуры оказывает прямое воздействие на уровень развития туризма. Также рост количества

охотничьих баз, рост численности населения, занятого в данном виде туризма, может влиять на экономику области.

При всестороннем подходе предполагается решать следующие задачи: выявление перспективных рынков сбыта туристских услуг и формирование эффективных направлений по продвижению продукта на основе использования рекламы и брендинга территории.

Эффективность охотничьего туризма связана с выявлением ряда важных проблем в туристской сфере и совместным осуществлением представителями туристской индустрии и органами государственной власти, занимающимися вопросами развития туризма на региональном уровне, мер, направленных на предотвращение или уменьшение негативных последствий. При регулировании туристской сферы органы власти должны обращать свое внимание на те направления, которые испытывают трудности.

Зачастую охотничьи туры носят индивидуальный характер. Охотник-турист заранее и четко формулирует свои предпочтения и пожелания, фирма-организатор, в свою очередь, исходя из желаний клиента, формирует индивидуальный тур. Тур предполагает составление программы, комплектование всех необходимых клиенту услуг. Ему предлагаются на выбор разные варианты обслуживания по каждому из видов услуг:

- визовые услуги (при необходимости);
- помощь в оформлении документов на провоз оружия и боеприпасов (при необходимости);
- транспортные услуги;
- размещение (различное по уровню комфорта);
- питание;
- услуги егеря;
- услуги гида-переводчика (при необходимости);
- дополнительные услуги охотбазы;
- экскурсионная программа;
- подготовка трофеев к перевозке;
- оформление документов на вывоз добытых трофеев.

Программа заказного тура формируется в зависимости от выбранных туристом услуг. Заказной тур расширяет возможности туриста по планированию собственного времени, позволяет выбрать услуги в соответствии со своими запросами и возможностями.

Стандартная программа тура обычно включает: размещение, питание, охоту (сафари), услуги егеря, разрешения и лицензии, страховку, транспортировку туристов в регион пребывания, трансферы, первичную обработку трофеев. Добытые трофеи оплачиваются дополнительно, стоимость их определяется в зависимости от размеров: веса рогов, длины клыков и т. п. Охотник получает трофей – череп с рогами или клыками. Если турист хочет увезти с собой мясо, шкуру или целиком тушу, это оплачивается дополнительно [4, с. 249].

При организации охотничьих туров необходимо разработать четкий график всех мероприятий и программ, сочетая собственно охоту с отдыхом, развлечениями и экскурсионными мероприятиями, особенно если в группе присутствуют туристы (женщины, дети), не принимающие участия в охоте и рыбалке.

Важнейшим моментом является обеспечение туристов всеми необходимыми лицензиями и разрешениями. Также следует помнить, что на каждую выданную лицензию можно отстрелить лишь строго определенное количество дичи и голов животных. Особые требования предъявляются к персоналу – сопровождающим туристов следопытам и егерям. К этим требованиям можно отнести: детальное знание местности, профессиональное владение оружием, организаторские способности, профессиональные навыки организации охоты, оказания первой медицинской помощи и т. п. Кроме того, важнейшей функцией сопровождающего является выбор на расстоянии того животного,

которое предполагается застрелить. Турист при этом обязан убить именно указанное ему животное. Допустив ошибку (например, застрелив слишком молодое животное или ранив животное), турист обязан заплатить крупный штраф [4, с. 250].

Также следует отметить, что, как и в других видах туризма, в охотничьем принимают участие две стороны. Первая – это охотник-турист, который отправляется в тур и оплачивает его, стремясь к добыче трофея; вторая – это организация, обеспечивающая комплекс услуг, необходимых для успешной реализации планов охотника-туриста. Каждая из сторон преследует собственные цели. Охотник стремится:

- к получению новых впечатлений от процесса охоты и природы;
- к получению знаний и навыков охоты, обмену опытом;
- к добыче желаемого трофея в процессе яркой запоминающейся охоты.

Организация охотничьих туров стремится:

- к слаженной и своевременной работе всех компетентных органов и организаций-партнеров;
- к совершенствованию собственной материально-технической базы, инфраструктуры, профессиональному росту кадров;
- к получению прибыли путем максимального удовлетворения потребностей клиента.

Общие требования к сертификации турфирм не вполне подходят к охотничьим турфирмам. Требования к сфере услуг должны быть стандартизированы, прежде всего, в интересах потребителей, которые должны быть уверены, что получают услуги соответствующего качества. Проблема заключается в том, что сотрудники турфирм знают общие требования к гостиницам, маршрутам, остановочным пунктам, технике безопасности и другие, но не имеют представления о многих деталях, относящихся к организации охоты. Важно знать последовательность организации охотничьих туров, требования органов Министерства внутренних дел к ввозу, транспортировке, использованию и хранению оружия, к комплекту разрешительных документов, дающих право на охоту и организацию охоты, и т. д. [4, с. 256].

В работе фирмы, занимающейся данным видом туризма, огромным преимуществом будет наличие в штате квалифицированного специалиста охотничьего хозяйства. Это поможет лучше обеспечить соблюдение требований Федерального Закона от 24.04.1995 г. № 52-ФЗ «О животном мире», правил охоты и других регламентов, относящихся к регулированию использования охотничьих животных.

На доходы от туризма охотхозяйства могут с большей эффективностью проводить мероприятия, направленные на повышение биологической продуктивности охотничьих угодий, такие как:

- организация и проведение подкормочных мероприятий, которые улучшают условия обитания животных и способствуют обогащению охотничьих ресурсов. Мероприятия по охране зверей, птиц и среды их обитания включают в себя защиту диких животных от браконьерства и хищников, профилактику заболеваний и охрану животных от дорожного транспорта;
- мероприятия по регулированию охоты проводятся для поддержания оптимальной продуктивности охотничьих угодий и получения максимальной охотпродукции (без ущерба воспроизводству диких животных);
- мероприятия по сохранению и увеличению емкости охотничьих угодий направлены на сохранение площадей и создание новых участков за счет лесопосадок.

Таким образом, доходы от туризма в сфере охоты могут значительно повысить уровень как охотничьих ресурсов, так и самих охотхозяйств. Планирование и разработка туристского продукта должны осуществляться в соответствии с интересами потребителя.

Охотничий туризм совмещает в себе как работу турфирмы, так и работу охотничьего хозяйства, а поэтому должен регулироваться нормативными актами,

относящимися к обоим направлениям. В связи с этим необходимо разработать и включить в нормативные документы по туристской деятельности положения, отражающие специфику охоты и её организации. Для этого необходимо привлечь охотоведов и специалистов в области животных, занимающихся практической организацией данных туров.

Существующие недостатки правового регулирования охотничьего туризма препятствуют его развитию в России, использованию ресурсов охотничьих животных, притоку средств в охотничьи хозяйства, ограничивают развитие сферы услуг, сопутствующей охотхозяйственной деятельности [1, с. 2].

Взаимодействие туристского бизнеса и государственной власти позволит создать условия для всестороннего и качественного удовлетворения спроса потребителей этой сферы услуг. При этом дальнейшее развитие будет получать не только туризм, но и связанные с ним виды деятельности.

Литература

1. Арутюнян С. А. Роль государственного стимулирования в развитии индустрии туризма // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2009. № 1 (71). С. 114–117.
2. Бутко И. И., Ситников В. А., Ситников Е. А. Маркетинг в туризме : учеб. пос. М. : Наука-Спектр, 2012. 410 с.
3. Салимова Т. А. Управление качеством : учеб. по специальности «Менеджмент организации». М. : Омега-Л, 2007. 414 с. (Высшая школа менеджмента).
4. Шоричева А. Ю. Развитие охотничьего туризма на территории Омского региона // Социально-коммуникативные вопросы современности : материалы Всероссийской научно-практической конференции. Омск : Омский гос. ун-т путей сообщения, 2013. 255 с.

УДК 657.47:338.484.2(477)

Карпенко Ю.В.
Karpenko Yu. V.

ОСОБЕННОСТИ УЧЁТА И КАЛЬКУЛЯЦИИ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

FEATURES OF ACCOUNTING AND CALCULATION OF THE PRODUCT'S COST VALUE AT ENTERPRISES OF TOURIST BUSINESS IN THE UKRAINE

Статья посвящена исследованию действующей в Украине системы учёта затрат, калькулирования себестоимости продукции и, в частности, актуальным вопросам организации и определения основных особенностей учёта на предприятиях туристического бизнеса.

The article is devoted to the research of the operating system of the product's cost value accounting and calculation in the Ukraine and, in particular, to some topical questions of accounting features' organization and determination at the enterprises of tourist business.

Ключевые слова: туристический бизнес, учёт затрат, калькуляция, себестоимость, цена.
Key words: tourist busines, costs accounting, calculation, cost value, price.

В современных условиях хозяйствования цена является важной экономической категорией, которая влияет на экономическое положение всех субъектов хозяйственной деятельности, как отдельных физических, так и юридических лиц. Без налаженной системы цен и ценообразования невозможно эффективное регулирование национальной экономики. Кроме того, цена является важным параметром конкурентоспособности продукции предприятия. От эффективности ценовой политики предприятия в значительной степени зависит его конкурентное положение на рынке, а понимание механизмов ценообразования, методов установления и регулирования цен на производимую продукцию и услуги обуславливает реалистичность достижения прогнозных результатов любой хозяйственной деятельности, в частности, в сфере туристического бизнеса.

Анализ деятельности предприятий туристического бизнеса имеет ряд особенностей, связанных с технологией формирования и предоставления туристических услуг, структурой туристического продукта, организационной формой туристической деятельности, требованиями законодательства по организации налогообложения. Указанные факторы проявляются через структуру и характер затрат туристического предприятия. Поэтому основным источником информации, необходимым для ценообразования и определения результата хозяйственной деятельности, является учёт затрат туристического предприятия.

Хозяйственная деятельность туристических предприятий имеет три направления: предложение потребителям «пакета» туристических услуг – оплата потребителем отдельных услуг или их «пакета» (тура) – покупка услуг, формирующих туристический продукт (трансфер, проживание, экскурсионное обслуживание и т. п.), вне зависимости то того, является ли предприятие непосредственно их производителем или занимается только их реализацией. Такое положение не даёт возможности ответить на вопрос о том, что именно реализовано туристическим предприятием и какие затраты имеют отношение к данному объёму реализации. Классификация затрат по экономическим элементам не позволяет оценить себестоимость отдельных видов туристических услуг и установить

количество затрат конкретных подразделений и партнёров туристического предприятия. Поэтому для решения этих задач применяют классификацию затрат по статьям калькуляции, которая является важным элементом системы управления затратами (выявление проблем формирования и контроля, создание механизма мотивации и стимулирования снижения затрат с учетом особенностей отрасли и предприятия с целью повышения эффективности хозяйственной деятельности).

В современных условиях хозяйствования туристическое предприятие может одновременно выступать в качестве турагента и туроператора. В зависимости от того, выступает туристическое предприятие как турагент или как туроператор, себестоимость турпродукта формируется по-разному.

Затраты, образующие себестоимость продукции, согласно Положению (стандарту) бухгалтерского учета 16 «Затраты», группируются по их экономическому содержанию. Туристический оператор, как и любой участник рынка, может, исходя из принятых объектов учёта, самостоятельно расширять номенклатуру статей затрат на производство туристического продукта.

«В состав прямых материальных затрат включается стоимость сырья и основных материалов, которые образуют основу производимой продукции, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, вспомогательных и прочих метериалов, которые могут быть непосредственно отнесены к конкретному объекту затрат» [2]. Поэтому для туристических операторов к таким расходам могут быть отнесены затраты на приобретение услуг для формирования туристического продукта у предприятий, их предоставляющих (правообладателей услуг): услуги визовых центров, страхование, транспортное обслуживание, проживание, питание, экскурсионное обслуживание и т. п.

«Прямые затраты на оплату труда включают заработную плату и другие выплаты персоналу, занятому в создании продукта, и могут быть непосредственно отнесены к конкретному объекту расходов. В состав прочих прямых затрат включают все прочие производственные расходы, которые могут быть непосредственно отнесены к конкретному объекту расходов, в частности, отчисления на социальные мероприятия, амортизация, потери от брака» [2]. Следует обратить внимание на «потери от брака» для туроператоров: это расходы, возникающие из-за невостребованности туристами части услуг (финансовых санкций), права на которые закупают оптом; операционных курсовых разниц.

Общепроизводственные расходы туристических предприятий подразделяются на переменные (оплата труда персонала и отчисления на социальные нужды от оплаты труда; расходы, связанные с производственной деятельностью, включая расходы на оформление проездных документов) и постоянные распределённые расходы (содержание и эксплуатация основных средств, материальных необоротных активов общехозяйственного использования; пожарная охрана; расходы на транспортное обслуживание деятельности персонала и т. п.).

Расходы, связанные с операционной деятельностью, которые не включаются в себестоимость реализованного продукта, подразделяются на административные расходы, расходы на сбыт и прочие операционные расходы. Требуют уточнения затраты на сбыт туристического продукта, к которым относятся:

- расходы на оплату труда, вознаграждения турагентам, обеспечивающим сбыт турпродукта;
- расходы на рекламные мероприятия туристической продукции;
- расходы на командировки работников, занятых непосредственно продвижением туристического продукта, а также отчисления на социальные нужды;
- другие расходы, связанные со сбытом туристической продукции (затраты на организацию и участие в специализированных отраслевых выставках).

Затраты на реализацию туристического продукта или услуг турагентами отличаются от затрат на их формирование. Они рассчитываются аналогично издержкам обращения в розничной торговле и покрываются комиссионным вознаграждением.

«В состав затрат на сбыт в торговых организациях включаются издержки обращения за исключением: административных, прочих операционных и финансовых расходов» [2]. Если с административными и финансовыми расходами [4] турагентов не возникают вопросы и противоречия при учёте, то прочие операционные расходы требуют уточнения их состава. К прочим операционным расходам турагентов могут быть отнесены, в частности, «расходы на исследования и разработки» [1] – это затраты некапитального характера, связанные с освоением новых туров и улучшением качества существующих, включая повышение квалификации персонала в учебных заведениях по профилям «туризм», «ресторанно-гостиничный бизнес», «иностранные языки» для обеспечения корректного сопровождения данных туров.

«Затраты операционной деятельности группируются по следующим экономическим элементам: материальные затраты, расходы на оплату труда, отчисления на социальные мероприятия, амортизация и другие операционные расходы» [2]. Затраты, связанные с реализацией туристического продукта турагентами, практически не содержат материальных затрат. Основным видом затрат этих предприятий являются расходы на оплату труда, отчисления на социальные мероприятия, амортизацию и прочие операционные расходы (расходы на услуги связи, плату за расчётно-кассовое обслуживание и т. п.).

Следует отметить, что налоги на прибыль, согласно Положению (стандарту) бухгалтерского учета 17 «Налог на прибыль» [3], признаются затратами, которые также необходимо учитывать при формировании себестоимости туристического продукта, а чрезвычайные расходы включаются в финансовую отчётность за вычетом суммы, на которую уменьшается налог на прибыль от деятельности предприятия вследствие убытков от чрезвычайных событий.

Классификация расходов по экономическим элементам позволяет выявить структуру себестоимости продукции на предприятиях определённой отрасли национальной экономики, на основании которой по элементам расходов составляется калькуляция расходов предприятия на производство продукта. Состав статей затрат, включаемых в калькуляцию себестоимости туристического продукта, определяется туроператором самостоятельно, но он не может противоречить действующему законодательству. Для расчёта себестоимости отдельных видов туристической продукции турагенты самостоятельно группируют расходы и учитывают их по аналогичным статьям калькуляции, как и туроператоры, но их наполнение имеет специфику (см. табл.).

Изложенные выше основные признаки классификации затрат предприятий туристического бизнеса по экономическим элементам и калькуляционным статьям в аналитических целях могут быть дополнены и уточнены классификациями по следующим признакам:

- 1) время возникновения и отнесения на себестоимость туров (поточные и будущие затраты);
- 2) целесообразность осуществления расходов (эффективные и неэффективные затраты);
- 3) уровень планировки (плановые и незапланированные расходы);
- 4) носители затрат или калькуляционные единицы (затраты на туристические продукты и оказанные туристические услуги).

Механизм учёта затрат и калькулирования себестоимости состоит из следующих компонентов: организация учёта затрат и их распределения на производство продукции между объектами учёта; калькулирование себестоимости, включающей операции по определению себестоимости единицы продукции. На практике существуют следующие способы калькуляции себестоимости туристической продукции:

- разделение суммарных затрат на количество реализованных туров (стандартных групповых туров);

• калькуляция себестоимости в разрезе индивидуальных туров (прямые затраты непосредственно включают в себестоимость туристической продукции, а непрямые – распределяют с помощью специальных баз и коэффициентов распределения).

Таблица

**Затраты предприятий туристического бизнеса
по экономическим элементам и калькуляционным статьям**

Виды затрат	Затраты	
	туроператора	турагента
Прямые условно-переменные затраты	<ul style="list-style-type: none"> • проживание; • питание; • трансфер; • непрямые налоги и сборы, включаемые в стоимость услуг туристического пакета; • страхование; • экскурсионное, культурно-развлекательное обслуживание; • комиссионное вознаграждение турагентам и т.п. 	<ul style="list-style-type: none"> • полная себестоимость туристического продукта
Прямые условно-постоянные затраты	<ul style="list-style-type: none"> • расходы, связанные с освоением новой турпродукции (услуг) 	<ul style="list-style-type: none"> • текущие расходы на маркетинговые исследования рынка
Непрямые условно-постоянные затраты	<ul style="list-style-type: none"> • аренда помещения, амортизация, коммунальные услуги и т.п.; • оплата труда персонала, отчисления на социальные мероприятия; • расходы на рекламу и стимулирование сбыта 	—
	<ul style="list-style-type: none"> • представительские расходы, связанные с производственной деятельностью; • расходы, возникающие благодаря нереализованным услугам, права на которые приобретаются оптом для формирования туров 	

Калькуляция является способом систематизации затрат и получения информации о себестоимости турпродукта (услуг) для выявления резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности и управления этим процессом.

Установлено, что в отраслях непроеизводственной сферы (сферы услуг), не создающих материальный продукт, на снижение себестоимости формирования, в частности, туристических продуктов оказывают влияние следующие группы технико-экономических факторов:

1) обеспечивающие совершенствование организации производства и труда на предприятии (стандартизация туристического продукта; разработка и реализация массовых, групповых туров);

2) характеризующие изменение объёма и структуры производимой туристической продукции (увеличение объёма бронирования, ассортимента туристических услуг; специализация и кооперирование предприятий);

3) улучшающие качество и потребительские свойства предоставляемых туристических услуг (бронирование номеров в «новых» гостиницах вместо «известных» аналогичной категории);

4) прочие факторы, учитывающие изменения цен на покупаемые услуги, тарифы на перевозки (планирование индивидуальных поездок на даты перелётов лоукост

авиакомпаний; рациональное использование транспортных средств, уменьшение их простоев (не только трансфер к месту отдыха и обратно, но и экскурсионное обслуживание); организация туров в страны, имеющие безвизовый режим со страной туроператора; организация поездок в «несезонный» период; организация туров в страны с развитой туристической инфраструктурой по новым маршрутам, малопосещаемым местам и достопримечательностям).

При выявлении резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятий туристического бизнеса необходимо помнить, что они объявляют цены на туристическую продукцию заранее, поэтому важно учитывать возможную угрозу роста и тенденции изменения курса валют, тарифов на услуги и инфляционные процессы в экономике.

Данный перечень факторов может изменяться и дополняться с учётом специфики и условий хозяйственной деятельности туристических предприятий, он должен быть достаточно полным, охватывать всю совокупность условий, повлекших изменения расходов, которые формируют затраты на «пакет» услуг. Случайные причины и факторы, которые существенно не влияют на величину расходов, в перечень не вносятся. Учитывая данные факторы, предприятие выбирает оптимальный метод калькуляции, специфика и особенности которого отражаются в последовательности процессов учёта издержек производства и формирования себестоимости турпродукции.

Поэтому важное место в деятельности предприятия занимает обоснованная классификация затрат, которая необходима для понимания того, как ими управлять. При этом необходима классификация видов затрат по таким критериям, которые наиболее полно отражают и характеризуют хозяйственную деятельность предприятия, что будет способствовать глубокому пониманию назначения и функциональной роли различных видов затрат в управлении многосторонней деятельностью туристического предприятия, в частности, калькуляции себестоимости продукции (услуг).

Литература

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс]: наказ Міністерства фінансів України 18.10.99 р. № 242. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99> (дата обращения 20.08.2014).
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс]: наказ Міністерства фінансів України 31.12.99 р. № 318. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата обращения 20.08.2014).
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток» [Електронний ресурс]: наказ Міністерства фінансів України 28.12.2000 р. № 353. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0047-01> (дата обращения 20.08.2014).
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 31 «Фінансові витрати» [Електронний ресурс]: наказ Міністерства фінансів України 28.04.2006 р. № 415. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0610-06> (дата обращения 20.08.2014).

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ.
ОТРАСЛЕВОЕ РАЗВИТИЕ.
МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО**

УДК 339.9(476)339.923:061.1ЕС

*Белоцерковец Ю.В.
Belotserkovets Yu.V.*

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И СТРАН ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА**

**DEVELOPMENT PROSPECTS OF TRANSBOUNDARY COOPERATION BETWEEN
BELARUS AND THE EUROPEAN UNION COUNTRIES**

В данной статье рассмотрены проблемы и основные тенденции развития трансграничного сотрудничества между Республикой Беларусь и странами Европейского Союза. Кроме того, подведены итоги уже сложившихся трансграничных отношений между двумя сторонами. Также проводится анализ основных финансовых движений между Республикой Беларусь и странами Европейского Союза.

This article deals with some problems and development trends in the frames of cross-border cooperation between Belarus and the European Union countries. In addition, it sums up the existing cross-border relations between these two partners. This article analyses the main areas of financial assistance between the Republic of Belarus and the European Union countries.

Ключевые слова: трансграничное сотрудничество, инвестиции, партнерские проекты, инвестор, бенефициар.

Key words: transboundary cooperation, investment, partnership projects, investor, beneficiary.

Актуальность темы данного исследования обусловлена тем, что в настоящее время в условиях развивающихся процессов регионализации и интеграции важную роль играет такое явление, как трансграничное сотрудничество, целью которого является избежание появления разграничительных линий между Европейским союзом (ЕС) и его странами-соседями путем поддержки их развития и укрепления стабильности и безопасности. Республика Беларусь (РБ) имеет не только общие границы с некоторыми странами-участницами ЕС (Польша, Литва и Латвия), но и связана с ними исторически, культурно и экономически, поэтому анализ проведения трансграничного сотрудничества РБ и стран ЕС является особенно актуальным. Уже сформированы предпосылки для выравнивания отношений между Беларусью и ЕС, заложена основа для возобновления полноценного политического диалога. Беларусь заинтересована в сотрудничестве с ЕС в сферах взаимных интересов с упором на экономическую составляющую. Важнейшим направлением в сотрудничестве РБ с ЕС является привлечение иностранных инвестиций в экономику, прежде всего в производство высокотехнологичных товаров, повышение энергоэффективности, развитие транзитного потенциала, а также в такие области, как туризм, культура, защита окружающей среды и т. д.

В 1995 году ЕС и Республика Беларусь подписали Соглашение о партнерстве и сотрудничестве, однако оно до сих пор не утверждено. Такая же ситуация наблюдается и с Временным соглашением о торговле, подписанным между ЕС и Беларусью в 1995 году.

Поэтому большое значение будет иметь ратификация этих документов в будущем. Несмотря на данный факт, европейские страны в значительной степени взаимодействуют с Беларусью. Об этом свидетельствует следующее:

- ЕС занимает первое место среди импортеров белорусской продукции, а торгово-экономические отношения в целом находятся на достаточно высоком уровне;
- ЕС выступает основным донором технической помощи Беларуси. Благодаря программе Европейской политики соседства (ЕПС) реализовано свыше 320 проектов в различных сферах;
- Беларусь с 1993 г. является участником программы Евросоюза «ТЕМПУС», направленной на содействие проведению социальных и экономических реформ и развитию систем высшего образования в странах — партнерах ЕС. До 2006 г. ЕС выделил на эту программу свыше 12 млн. евро, и таким образом Беларусь заняла третье место по уровню финансирования среди стран-участниц программы на постсоветском пространстве [1].

В последнее время европейские лидеры заинтересованы сотрудничеством в экономической сфере с Беларусью. Привлекательным для европейских инвесторов является то, что в РБ упрощена налоговая система, основная часть предприятий еще не приватизирована, на белорусском рынке почти отсутствуют международные игроки, за исключением России. Беларусь обладает огромным потенциалом для реализации частных инициатив, что открывает новые возможности для международного сотрудничества.

Основной объем привлекаемых иностранных инвестиций в РБ приходится на Европейский инструмент добрососедства и партнерства (ЕИДП).

В рамках Европейской политики добрососедства ЕС и его страны-партнеры (в том числе и РБ) определяют общие приоритеты и включают их в совместно разрабатываемые планы действий, охватывающие ряд важных областей. Прогресс в реализации этих приоритетов действий будет способствовать полнейшему использованию потенциала соглашений о партнерстве и сотрудничестве и соглашений об ассоциации [4].

Помощь ЕС странам-партнерам оказывается в форме безвозвратных грантов.

Беларусь как страна-партнер ЕИДП участвует в программах трансграничного сотрудничества, таких как «Регион Балтийского моря»; «Латвия – Литва – Беларусь»; «Польша – Беларусь – Украина».

В рамках этих программ совместно разрабатываются и реализуются партнерские проекты. Участие в таких программах осуществляется на основе подачи заявки в объявленные программой сроки. Заявки подаются непосредственно заявителем. Как правило, такие проекты требуют от участников встречного финансирования. Отбор проектов поводится независимыми оценочными комитетами на конкурсной основе [2].

В программе трансграничного сотрудничества «Регион Балтийского моря» заявителями могут быть только организации из государств-членов ЕС и Норвегии. В рамках данной программы одобрено три проекта с белорусским участием с общим бюджетом белорусских частей проектов 356,8 тыс. евро:

1. «Совершенствование сети метеорологических радиолокационных станций в регионе Балтийского моря» (инвестор – Республиканский Гидрометеорологический центр).
2. «Развитие биоэнергетических ресурсов в регионе Балтийского моря» (инвестор – Гродненское государственное производственное лесохозяйственное объединение и Волковысский лесхоз).
3. «Мероприятия по энергоэффективности и комплексному развитию в городах» (инвестор – Управление ЖКХ Гродненского облисполкома).

Также в 2012 году подписаны следующие два контракта о гранте на реализацию крупномасштабных проектов программы «Латвия – Литва – Беларусь» для РБ в качестве бенефициара:

1. Строительство и оснащение оборудованием пограничного пункта пропуска «Григоровщина» на границе Республики Беларусь с Латвийской Республикой: внедрение технологии неинтрузивного досмотра (бенефициар – Государственный таможенный комитет Республики Беларусь, сумма финансирования ЕС 2 500 000 € (90%)).

2. Строительство и оснащение оборудованием пограничного пункта пропуска «Привалка» на границе Республики Беларусь с Литовской Республикой: внедрение технологии неинтрузивного досмотра (бенефициар – Государственный таможенный комитет Республики Беларусь; сумма финансирования ЕС 2 500 000 € (90%)).

В 2013 году подписан контракт о гранте на реализацию проекта программы «Латвия – Литва – Беларусь» для РБ в качестве бенефициара, направленной на улучшение качества услуг здравоохранения за счет использования информационно-коммуникационных технологий при диагностике рака кожи и легких (бенефициар – Белорусский национальный технический университет).

В декабре 2013 года в рамках программы «Польша – Беларусь – Украина» были одобрены следующие проекты для РБ в качестве бенефициара:

1. «Строительство перемещаемых систем управления рентген-сканирования транспортных средств на дорожном контрольно-пропускном пункте «Брузги»» (крупномасштабный; бенефициар – Государственный таможенный комитет РБ; общий бюджет 2 722 222,22 €);

2. «Молодежь приграничья: вместе за безопасность» (бенефициар – Брестское областное отделение Министерства по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь; общий бюджет 444 294,60 €) [1].

Экономическая интеграция с ЕС позволит странам-соседям успешнее реализовывать свои программы реформ и направления политики экономического развития. Создание процветающего и стабильного соседства означает построение здоровых политической и экономической систем с прочными основами социально-экономического развития. Между реформами существует взаимосвязь: чтобы развить торговлю и инвестиции, обе стороны должны совершенствовать транспортные услуги и связи инфраструктур, в то же время усиление судебной и регулятивной системы положительно сказывается на климате ведения бизнеса и инвестиций [3].

Трансграничное сотрудничество РБ и стран ЕС продолжает активно развиваться по различным направлениям и распространяется по Европе. Результатом распространения трансграничного сотрудничества становится появление трансграничных регионов и практическое истощение функций международных границ, которые в будущем будут объединять, а не разделять территории. Приграничные территории повсюду в Европе должны существовать на договорной, а не на конфликтной основе.

Литература

1. Европейский инструмент добрососедства и партнерства 2007-2013 гг. Программа трансграничного сотрудничества «Латвия – Литва – Беларусь» [Электронный ресурс]. URL: http://www.enpi-cbc.eu/go.php/rus/To_start (дата обращения: 28.09.2014).

2. Координационное бюро Программы ТАСИС ЕС в РБ [Электронный ресурс]. URL: <http://cu4eu.by/ru/instruments/enpi/> (дата обращения: 28.09.2014).

3. Delegation of the European Union to the Republic of Belarus [Электронный ресурс]. URL: <http://www.delbl.ec.europa.eu> (дата обращения: 28.09.2014).

4. Regulation (EC) No 1638/2006 of the European Parliament and of the Council. Official Journal of the European Union L 310 of 24 October 2006 // EUR-Lex Access to European Union law [Электронный ресурс]. 2006. URL: http://ec.europa.eu/world/enp/pdf/oj_l310_en.pdf (дата обращения: 28.09.2014).

УДК 339.924(47+57):336

Закревская Н.А.
Zakrevskaya N.A.

ПРОБЛЕМЫ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТРАН СОДРУЖЕСТВА НЕЗАВИСИМЫХ ГОСУДАРСТВ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

PROBLEMS AND MAIN DIRECTIONS OF THE COMMONWEALTH OF INDEPENDENT STATES COOPERATION IN THE FINANCIAL SECTOR

В статье определены основные тенденции и направления сотрудничества стран Содружества Независимых Государств в финансовой сфере, а также раскрыты основные проблемы их взаимодействия как в рамках данного объединения, так и на международной арене. Рассмотрены важнейшие факторы, оказывающие влияние на осуществление интеграционных процессов в финансовом секторе Содружества и выделены важнейшие меры преодоления препятствий на пути к формированию единого устойчивого финансового сектора СНГ.

This paper identifies the main trends and directions of cooperation between the countries of the Commonwealth of Independent States in the financial sector and touches upon the main interaction problems within the framework of the association and the international arena. It describes the important factors affecting the implementation of the integration process in the financial sector of the Commonwealth and highlights important steps to overcome the obstacles to the formation of a common sustainable financial sector of the CIS.

Ключевые слова: СНГ, финансовая сфера, интеграционные процессы.

Key words: CIS, finance, integration processes.

Современные тенденции сотрудничества стран СНГ в экономической и финансовой сферах, несмотря на положительную динамику развития, характеризуются существенным отставанием от потребностей в их формировании.

С момента образования СНГ страны-участницы Содружества осуществляют тесное сотрудничество, однако уровень данного взаимодействия можно охарактеризовать как недостаточно высокий, что обусловлено рядом факторов. К числу основных можно отнести следующие:

во-первых, уровни развития финансовых систем стран СНГ значительно отличаются друг от друга, что обусловлено существенными расхождениями их интересов в денежно-кредитной сфере, а также затруднениями в выработке согласованной политики в области углубления валютной интеграции;

во-вторых, в большинстве стран СНГ в настоящий момент имеется ряд ограничений на осуществление валютных операций, которые непосредственно связаны с движением капитала, а также являются существенным препятствием на пути к налаживанию более тесного инвестиционного сотрудничества государств;

в-третьих, появление банков и иных финансовых институтов и их постоянное увеличение на финансовых рынках стран СНГ из стран третьего мира, которые не заинтересованы в осуществлении интеграционных процессов в рамках СНГ;

в-четвёртых, ежегодно усиливается влияние на страны СНГ со стороны иных региональных объединений, в особенности Европейского Союза и Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (далее – АСЕАН), которые способствуют ускорению центробежных тенденций на территории бывшего Советского Союза;

в-пятых, некоторые страны-участницы СНГ опасаются доминирования России, которое сохранилось со времён СССР как в финансовых, так и в иных сферах функционирования. Данные опасения связаны, прежде всего, с возможным навязыванием Россией своих условий при осуществлении интеграционных проектов, а также с наличием у неё ведущей роли в их финансировании, что в свою очередь снижает заинтересованность Российской Федерации в экономическом сотрудничестве.

Несмотря на существующие препятствия, имеется ряд важных предпосылок, которые позволяют говорить о наличии положительных перспектив углубления экономической интеграции в рамках СНГ. Главной из них является активизация торгово-экономического сотрудничества в рамках Содружества, требующая соответствующего расширения взаимодействия национальных финансовых рынков и институтов стран региона, которые могли бы обслуживать их и способствовать динамичному развитию внешнеторговых и инвестиционных связей.

Следует также отметить растущее понимание руководителями стран СНГ необходимости ускорения интеграционных процессов, основанное на осознании общности проблем, с которыми приходится сталкиваться их финансовым системам, и важности налаживания межгосударственного сотрудничества при их решении. Это проявляется, в частности, в значительном повышении внимания к вопросам финансовой интеграции в программных документах Содружества, а также других региональных объединений, в первую очередь, Евразийского экономического сообщества (далее – ЕврАзЭС), принятых в 2007–2011 гг. Так, в «Стратегии экономического развития СНГ на период до 2020 г.» последовательное развитие взаимодействия государств в валютно-финансовой сфере определено как одна из приоритетных задач. В материалах и решениях ЕврАзЭС ставится еще более амбициозная цель по формированию странами-участниками общего рынка финансовых услуг, рассматриваемого в качестве необходимого элемента создаваемого ими единого экономического пространства [2, с. 125].

Одновременно все больший интерес к укреплению интеграции национальных рынков капитала проявляет финансовый бизнес стран Содружества. Об этом свидетельствует как усиление взаимного проникновения банков и инвестиционных компаний из государств региона на рынки сопредельных стран, так и заметное оживление в последнее время деятельности союзов и ассоциаций, объединяющих финансовые институты стран Содружества, в том числе Финансово-банковского союза СНГ, Международной ассоциации бирж стран СНГ и Ассоциации центральных депозитариев Евразии [1, с. 12].

Дальнейшее расширение взаимодействия стран СНГ в финансовой сфере предполагает в первую очередь обоснованное и четкое определение его основных целей, которые, с одной стороны, соответствовали бы подлинным интересам и потребностям государств, с другой – были бы реалистичными и выполнимыми в намеченные сроки. Постановка слишком масштабных и заведомо невыполнимых целей способна лишь создать эффект «бумажного» сотрудничества, как правило, далеко не способствующего реальной экономической интеграции. Так, например, было бы преждевременно ставить сегодня в практической плоскости задачу построения в СНГ единого финансового пространства: к ее решению страны Содружества, радикально отличающиеся по уровню развития финансового сектора, пока не готовы. Очевидно, что создание такого рынка потребует длительной подготовительной работы, которая, как показывает практика ЕС и АСЕАН, может занять многие годы даже при наличии политической воли сторон [3].

Принимая во внимание всё вышесказанное, можно определить основные цели сотрудничества государств в рамках СНГ на ближайшие годы. Так, к одной из приоритетных задач можно отнести ускорение модернизации национальных финансовых и валютных систем, также можно выделить преодоление качественных несоответствий между странами Содружества в уровне развития их кредитных и валютно-финансовых рынков.

В связи с этим является актуальным выявление основных направлений по углублению интеграции в финансовом секторе, где безусловный приоритет целесообразно отдать тем мерам, которые в наибольшей степени способствуют решению задач развития финансового сектора стран-участниц СНГ.

К числу таких направлений можно было бы отнести следующие:

1. Постепенное устранение действующих в странах СНГ ограничений на трансграничное движение капитала и допуск нерезидентов на внутренние рынки финансовых услуг в отношении инвесторов из других государств региона. По мнению экспертов, даже выборочное снятие национальных барьеров, в частности, для взаимного выхода эмитентов на рынки стран СНГ, дало бы мощный стимул для оживления инвестиционного сотрудничества в Содружестве и повышения емкости финансовых рынков его участников.

2. Принятие общих для государств Содружества стандартов регулирования отдельных ключевых аспектов финансовой деятельности и переход в дальнейшем сначала к выборочной, а затем и к полномасштабной гармонизации их валютного законодательства. При выработке таких стандартов следовало бы учитывать опыт мирового финансового кризиса 2007–2009 гг. и те предложения по реформированию денежной и валютной сферы, которые были подготовлены в рамках «Большой двадцатки». В качестве основных площадок для совместного обсуждения властями и бизнесом возможностей унификации валютного законодательства стран Содружества могли бы выступить действующие в нем ассоциации и союзы участников финансовых рынков, в частности Финансово-банковский совет СНГ.

3. Формирование в СНГ региональных международных финансовых центров, которые выполняли бы роль центральных фондовых площадок для размещения акций и долговых ценных бумаг эмитентами из стран СНГ [2, с. 126].

Таким образом, осуществление перечисленных мер может способствовать увеличению и расширению рынков капитала стран-участниц СНГ, а также налаживанию ими более тесного сотрудничества в финансовой сфере. Все это может обеспечить устойчивую основу для дальнейшей интеграции стран Содружества и, как результат, содействовать построению единого рынка финансовых и банковских услуг на территории бывшего СССР.

Актуальным на сегодняшний день также остаётся вопрос о повышении роли стран СНГ в мировой финансовой системе, в рамках которой проявляются неустойчивые позиции рассматриваемых государств и несовершенство действующей интеграционной модели. Это в свою очередь обуславливает необходимость принятия систематических мер по кардинальному повышению эффективности участия стран Содружества в международном движении капитала. К таким мерам целесообразно было бы отнести следующие:

- разработку и реализацию комплексной государственной политики в области регулирования частного экспорта и импорта капитала, которая на основе использования широкого спектра рыночных инструментов обеспечивала бы движение трансграничных инвестиций по наиболее значимым для национальной экономики направлениям;
- стимулирование внешнеэкономической экспансии отечественных банков;
- формирование в СНГ региональных международных финансовых центров, которые выполняли бы роль центральных фондовых площадок для размещения акций и долговых ценных бумаг эмитентами из стран СНГ. При этом было бы важно за счет координации усилий сторон избежать ненужной конкуренции между национальными инициативами по созданию подобных центров, прежде всего между двумя наиболее продвинутыми проектами организации подобных центров в Москве и Алматы (Казахстан);
- расширение представительства стран СНГ в международных финансовых организациях и экономических форумах [1, с. 11].

Осуществление вышеуказанных мер могло бы послужить стимулом к налаживанию ситуации в финансовом секторе стран Содружества, а также оказать значительное влияние на решение таких проблем, как привлечение дополнительного притока иностранных инвестиций в страны СНГ, оптимизация их структуры, что может быть достигнуто путём повышения в них доли прямых инвестиций и долгосрочных кредитов. Среди иных важных проблем, решению которых стоит уделить первостепенное внимание, можно выделить сокращение масштабов бегства капитала из региона, объёмы которого в последние годы оставались достаточно высокими, повышение доверия к национальным валютам и, как результат, формирование надёжной ресурсной базы для совершенствования и структурной перестройки постсоветских экономик.

Таким образом, несмотря на то что страны-участницы СНГ ранее являлись частями единой сильной экономики Советского Союза, процесс их интеграции остаётся достаточно сложным и сопровождается рядом проблем, решение которых должно стать стратегической задачей каждого государства-члена Содружества.

В рамках финансовой интеграции правительства стран СНГ проводят соответствующую политику по улучшению и ускорению данного процесса, однако остаётся очевидным, что её реализация не оказывает должного влияния на процессы взаимодействия, так как, осуществляя лишь политические решения, объединить государства достаточно сложно. Решение поставленной задачи может быть достигнуто только путём соблюдения законов рыночной экономики и учёта интересов субъектов хозяйственной деятельности.

В настоящее время финансовая интеграция возможна и необходима для государств СНГ. Их экономики способны не только конкурировать, но и дополнять друг друга. Специализация и кооперация в технически и технологически сложных производствах может способствовать объединению партнёров. В данной ситуации правительствам стран необходимо создать для этого благоприятный политико-правовой климат, а также усовершенствовать и сблизить национальные законодательства в согласованных сферах совместной деятельности.

Литература

1. Кондратов Д. И. Перспективы интеграции кредитно-финансовых систем стран СНГ // Финансы. 2014. № 2. С. 8–12.
2. Кондратов Д. И. Финансовая интеграция: мировой опыт и перспективы развития СНГ // Экономический журнал ВШЭ. 2012. № 1. С. 105–142.
3. Сотрудничество стран СНГ в финансовой сфере. URL: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=1192&type=news> (дата обращения: 01.11.2014).

УДК 338.45:620.9(470):622.3(73)

Ермолина Л.В., Калинин Д.Н.
Ermolina L.V., Kalin D.N.

ВЛИЯНИЕ СЛАНЦЕВОЙ РЕВОЛЮЦИИ НА ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ

THE IMPACT OF THE SHALE REVOLUTION ON RUSSIAN FUEL AND ENERGY MARKET

В статье рассмотрены особенности сланцевой революции в США, проведен анализ перспектив данного явления, как в США, так и за их пределами, определено влияние прогресса в технологиях на топливно-энергетический рынок России, а также на основе выделенных проблем предложены меры по минимизации рисков.

The article describes the features of the shale gas revolution in the US, analyzes the prospects of this phenomenon – both in the US and abroad, determines the technological progress effect at the fuel and energy market in Russia, as well as it proposes some measures to minimize the risks taking into consideration the given items.

Ключевые слова: сланцевая революция, прогресс, технологии, топливно-энергетический рынок, стратегия развития.

Key words: shale revolution, progress, technology, fuel and energy market, development strategy.

В последнее время среди отечественных исследователей бытует мнение, что глобальной причиной спада притока валюты в российскую экономику может являться сланцевая революция в технологиях добычи нефти и газа в Северной Америке. Вследствие этого стал активно изменяться мировой баланс спроса и предложения на энергоносители. Их крупнейшие потребители – США и Канада – сейчас значительно снизили объемы приобретения и в ближайшее время могут стать экспортерами сланцевого газа, а в дальнейшем и нефти. Эта тенденция приводит к обострению конкуренции и по цене, и по объемам на европейском рынке для «Газпрома» и отечественных нефтяных компаний. Страны ОПЕК также понимают все риски ценовой войны на нефтяном рынке, так как развитие технологий стратегически в любом случае понизит цену на нефть через какое-то время [1]. Очевидно, экономика России гиперчувствительна к понижению нефтяных котировок. Поэтому огорчает прогнозируемая долгосрочная перспектива, что экспорт нефти и нефтепродуктов будет стагнировать, к тому же возможности нарастить экспорт газа тоже достаточно ограничены. Необходимо разобраться, что же на самом деле представляет собой сланцевая революция, о которой так много говорят, и действительно ли существует реальная опасность для экономики РФ, которая до сих пор практически не диверсифицирована.

Итак, сланцевой революцией называют достигнутый в США прогресс в технологии, позволивший начать в промышленных масштабах эксплуатацию залегающих в сланцевых пластах запасов природного газа.

Ключевыми новыми технологиями, позволившими перейти к разработке сланцевого газа, стали горизонтальное бурение и гидравлический разрыв пласта (далее – ГРП). Первая позволяет создавать в вертикальной скважине на требуемых уровнях сеть горизонтальных ответвлений. Вторая применяется для расслоения целевой породы и обеспечения притока

освобожденного газа к забою скважины. При ГРП в скважину закачивают воду с химическими присадками и песком, предотвращающим смыкание трещин.

Начало разработки газосланцевых залежей в США относится еще к XIX веку. Но промышленная эксплуатация осуществлялась лишь с 1990-х годов, когда в строй ввели первое коммерческое месторождение Barnett в Техасе.

Американская сланцевая революция реализовывалась по определенной траектории, став результатом мультипликативного эффекта от объединения нескольких отдельных достижений научно-технического прогресса в единую коммерческую систему. Разработка технологии множественного гидроразрыва пласта на горизонтальных скважинах стала технологической основой американской сланцевой революции, резко снизившей технические издержки разработки ресурсов сланцевых углеводородов. Но одного этого было бы недостаточно. Затем в дело вступили совокупные характеристики экономической модели США: финансовые (доступные и дешевые кредиты), экономические (налоговые и инвестиционные стимулы), правовые (модель недропользования), институциональные (множество дееспособных мелких и средних компаний, функционирующих в здоровой высококонкурентной среде, обеспечивающей их эффективность) и прочие факторы, сделавшие возможной сланцевую революцию именно в этой стране. Они обеспечили возможность быстрой («время – деньги») – и не вопреки, а благодаря взаимовыгодному сочетанию интересов участников производственно-сбытовой цепочки – реализации сланцевых проектов и снижения их финансовых и транзакционных издержек. Также имело место благоприятное стечение обстоятельств (растущие в 2000-е годы цены на нефть, а вслед за ними – и на газ). Ну и конечно, не обошлось без роли личности в истории, а именно – крайней настойчивости пионера освоения сланцевого газа Джорджа Митчелла в опытно-промышленном применении новых технологий.

В итоге сошлись воедино техническая возможность, экономическая целесообразность и институциональная простота освоения нового кластера энергетических ресурсов, широко до того известных, но коммерчески нерентабельных для разработки. Цены пошли вверх, издержки – вниз, образовалась расширяющаяся зона рентабельности – и случилась американская сланцевая революция, причем именно в этой стране и именно в это время. Она запустила последовательную цепочку глобальных по последствиям «эффектов домино».

В 2000-2012 годы США укрепили за собой звание локомотива сланцевой революции, объем добычи сланцевого газа за этот период вырос с 11 млрд. куб. м до 200 млрд. куб. м. За счет данного рывка с 2010 года США являются мировым лидером по добыче природного газа [2].

В июле и августе текущего года за счет освоения сланцевых месторождений объем добычи нефти и жидких углеводородов в США достиг 11,5 млн. баррелей в день. Таким образом, они сравнялись по этому показателю с Саудовской Аравией (мировым лидером добычи) [4].

Достигнутые США результаты и уменьшающаяся вследствие роста эффективности от использования новых технологий стоимость добычи являются показателем целесообразности разработки сланцевых месторождений. Это дает основание полагать, что в ближайшее время начнется работа по освоению сланцев в других странах. Мировые запасы технически извлекаемого нетрадиционного газа составляют 328 трлн. куб. м (запасы обычного газа – 462 трлн. куб. м). Из них 200 трлн. куб. м приходятся на сланцевый газ [5]. Страны с крупнейшими извлекаемыми запасами сланцевого газа представлены в таблице, где данные в скобках приведены Международной ассоциацией по оценке воздействия на окружающую среду и Геологической службой США.

В случае сохранения тенденций по удешевлению процессов добычи домохозяйства Соединенных Штатов к 2020 году смогут экономить до 30 миллиардов долларов ежегодно только на расходах на электричество. Расходы на бензин могут упасть со средних 5% до

3% от чистого личного дохода. Цена бензина может снизиться на 30%, в среднем увеличивая чистый ежегодный доход домохозяйства, которое использует автомобиль, на 750 долларов. Газовый и нефтяной бум могут добавить около 2,8% роста совокупного ВВП к 2020 году и создать около трех миллионов рабочих мест [6].

Таблица

Мировые лидеры по запасам извлекаемого сланцевого газа на 2013 г.

Место	Страна	Запасы (трлн. куб. м)
1	Китай	31,57
2	Аргентина	22,71
3	Алжир	20
4	США	18,8 (32,87)
5	Канада	16,23
6	Мексика	15,4
7	Австралия	12,37
8	ЮАР	11
9	Россия	8
10	Бразилия	6,94

Основными ограничителями распространения «сланцевой революции» в мире выступают сама технология и свойства газа. Например, присадки для ГРП могут загрязнять грунтовые воды, а опыт США может быть непригоден в других регионах из-за уникальности эксплуатируемых пород. Также сланцевый газ имеет отличный от «обычного» состав, поэтому он должен проходить процесс обработки и подготовки с приведением к стандартному набору свойств.

Поэтому следует отметить, что есть два прогноза по поводу развития сланцевой революции:

- в случае если добыча будет происходить без серьезных экологических воздействий (за счет усовершенствования процесса);
- в случае если добыча будет сопряжена с серьезным загрязнением грунтовых вод, почвы и явится причиной экологических проблем в регионах разработки сланцевых месторождений.

Кстати, в некоторых штатах, например, в Пенсильвании, Луизиане и Техасе, уже сейчас существуют экологические проблемы, приобретающие статус катастрофы, хотя правительство США прилагает большие усилия для того, чтобы вспыхивающие скандалы не предавали массовой огласке.

В отличие от финансовых рынков, где стоимость активов определяется ожиданиями, рынок сырья ориентируется на текущий баланс спроса и предложения. На него в свою очередь оказывают существенное влияние следующие факторы:

- США, которые еще несколько лет назад были крупными импортерами сжиженного природного газа и сырой нефти, практически ликвидировали свои потребности в импорте;
- Аргентина, Китай и ряд европейских стран планируют в ближайшее время заняться освоением сланцевых месторождений;

- нестабильность на Ближнем Востоке (черный рынок нефти, невыполнение договоренностей ОПЕК и т. д.);

- замедление экономического роста (Европа находится на грани рецессии, в то время как китайская экономика «охлаждается» быстрее, чем прогнозировалось).

Таким образом, с одной стороны, планируется снижение спроса от крупнейших импортеров сырой нефти и природного газа (США, Китай, ЕС) и увеличение предложения – с другой (рис. 1, 2). Данные ожидания тянут цены вниз, что наглядно отображено на рисунках 3 и 4 [5; 6].



Рис. 1. График мировой добычи нефти в 2000-2014 гг. (за 2014 г. добыча указана на 20 октября)

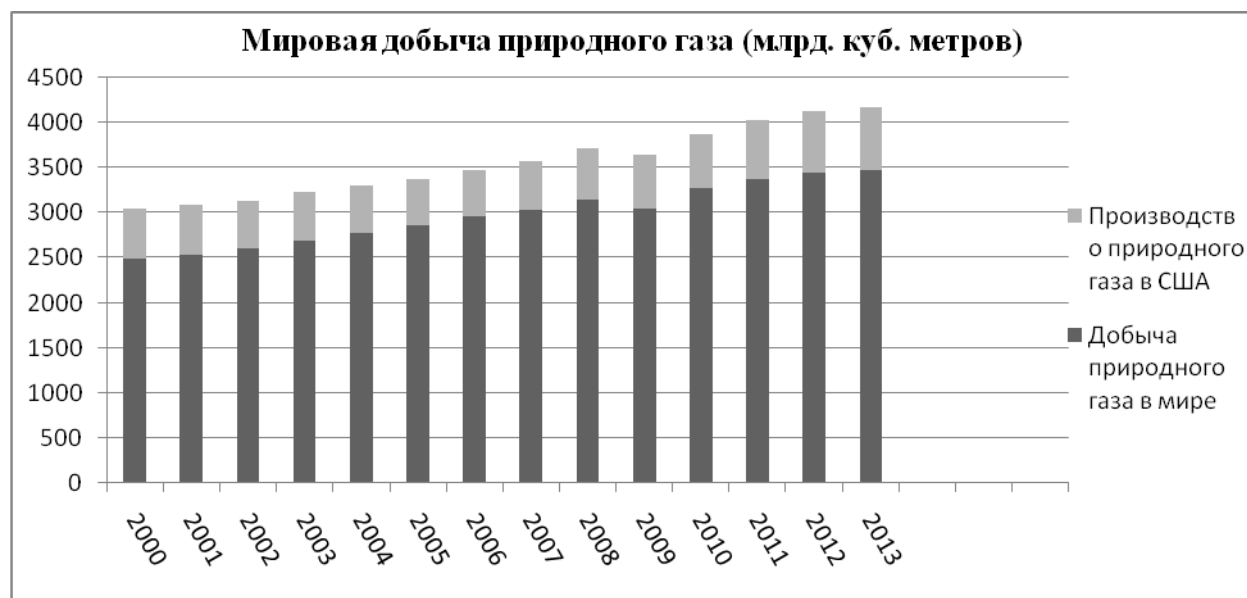


Рис. 2. График мировой добычи природного газа в 2000-2014 гг.

Потеря доли рынка и более низкие цены могут стать серьезным ударом для производителей нефти и газа в странах, где государственные доходы сильно зависят от экспорта. Именно такой страной и является Россия. В товарной структуре экспорта в страны СНГ в январе – июне 2014 года доля топливно-энергетических товаров составила 51,6%, а в страны дальнего зарубежья за этот же период – 75,1%. Субсидирование

экономики за счет заниженных цен внутри страны, активная национализация в экономике, отток человеческого капитала и в то же время приток неквалифицированной рабочей силы, рост доли государства в ВВП и многие другие симптомы «голландской болезни» только усугубляют зависимость РФ от цен на топливно-энергетические ресурсы [3].



Рис. 3. График цен (с учетом инфляции) на природный газ в 2008-2014 гг. (за 2014 г. цена указана на 20 октября)

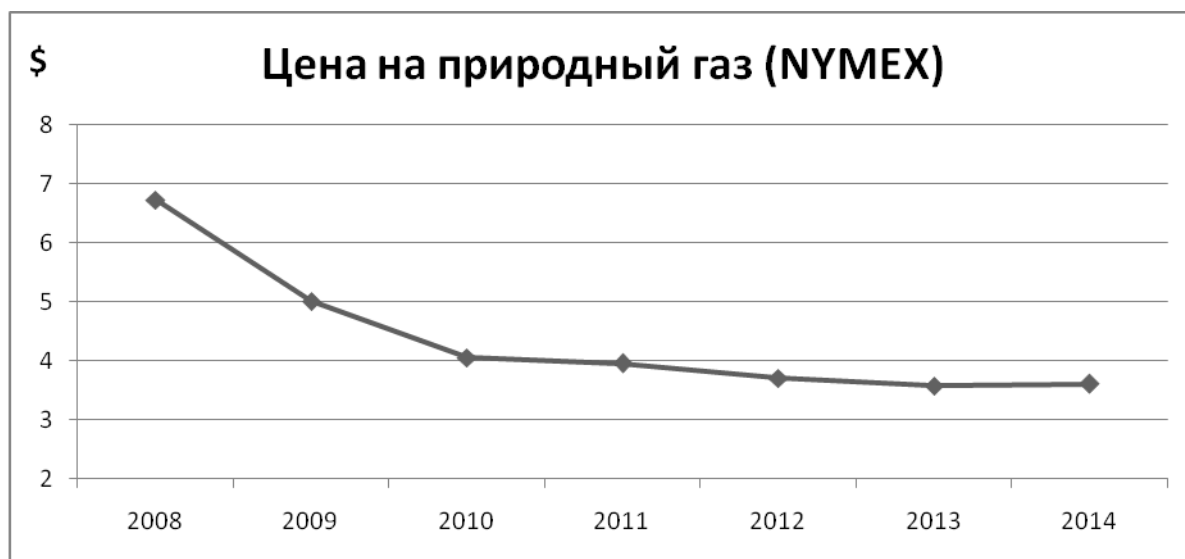


Рис. 4. График цен (с учетом инфляции) на природный газ в 2008-2014 гг. (за 2014 г. цена указана на 20 октября)

Отсутствие конкуренции на внутреннем энергетическом рынке и высокий уровень государственного регулирования стали причинами технологической отсталости (например, отсутствие инвестиций в разведку и разработку сланцевых месторождений). В связи с этим наиболее актуальной проблемой является будущее энергетических проектов России. Постепенное истощение месторождений легко извлекаемой нефти и газа приводит к необходимости освоения отдаленных регионов (п-ов Ямал, Восточная Сибирь, шельфы в районах Баренцева и Карского морей). Это требует огромных финансовых вложений (в том числе иностранного капитала и технологий) в разведку, развитие транспортной инфраструктуры, в разработку (заимствование) новых технологий.

Сланцевые нефть и газ в долгосрочной перспективе могут изменить «правила игры» на международном энергетическом рынке (в частности, ОПЕК утратит свое влияние) в случае достижения значительных объемов добычи. Однако, поскольку процесс освоения

сланцевых месторождений за пределами США протекает довольно медленно, у России еще есть время сохранить свою стратегическую роль.

Для этого необходимо:

- преодоление технологических проблем нефтегазовой отрасли за счет углубления энергетического сотрудничества с иностранными компаниями, которые будут привлечены для инвестирования в развитие перспективных направлений (таких, как Арктика, Арктика, Баренцево море или нетрадиционные месторождения);
- увеличение конкуренции на российском нефтегазовом рынке;
- перемещение вектора развития на азиатские рынки (использование географической близости с Китаем, Японией, Южной Кореей).

Таким образом, если «золотой век» газа станет реальностью, а Россия реализует свои преимущества, то она сможет стать бенефициаром сланцевой революции за счет удовлетворения растущего спроса на газ.

Литература

1. Ермолина Л. В. Необходимость внедрения системы управления эффективностью деятельности на российских промышленных предприятиях // Вестник Самарского государственного технического университета. Экономические науки. 2014. № 3 (13). С. 61–73.
2. Международное энергетическое агентство: Medium-Term Oil Market Report 2014 – Market Analysis and Forecast to 2019. URL: www.iea.org/w/bookshop/Subject=Oil (дата обращения: 01.11.2014).
3. Официальный сайт Федеральной Таможенной Службы. Статистика внешней торговли 2014. URL: <http://www.customs.ru/> (дата обращения: 01.11.2014).
4. Bank of America Corporation Report 2013. URL: investor.bankofamerica.com (дата обращения: 01.11.2014).
5. International Energy Agency (IEA), Golden Rules for a Golden Age of Gas. URL: www.iea.org/russian (дата обращения: 01.11.2014).
6. U.S. Energy Information Administration report (EIA) – U.S. Crude Oil, Natural Gas and Natural Gas Liquids Reserves, April 10, 2014. URL: www.eia.gov (дата обращения: 01.11.2014).

УДК 339.13(470)

Ботвина К.И., Пирская Е.В.
Botvina K.I., Pirskaia E.V.

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

PROBLEMS OF COMPETITIVE RELATIONS IN THE RUSSIAN FEDERATION

В статье описаны причины возникновения конкуренции, выявлены и рассмотрены проблемы конкурентных отношений в Российской Федерации на основе анализа данных статистических исследований, а также результатов различных опросов хозяйствующих субъектов.

The article describes the causes of competition, identifies and considers competitive relations in the Russian Federation on the basis of statistical data analysis and various businesses' surveys.

Ключевые слова: конкуренция, проблемы конкуренции, конкурентоспособность страны, рейтинг конкурентоспособности.

Key words: competition, problems of competition, competitiveness of the country, ranking of competitiveness.

В рыночной модели экономики конкуренция является неотъемлемой частью экономических отношений.

Конкуренция переводится с латинского «concurrere» – «сбегаться, сталкиваться» и означает определенную форму развития производственных сил, факторов производства или экономических ресурсов общества. Конкурентные отношения возникают между всеми субъектами рыночной экономики (домашними хозяйствами, фирмами и государством), между агентами спроса и предложения, между потребителями и производителями общественных благ (товаров и услуг). Данные отношения пронизывают главные сферы экономической жизни: производство, распределение, обмен и потребление. Они выполняют важную роль «соединительной ткани», благодаря которой рыночная экономика является сложной и многозвенной системой.

Чтобы рассмотреть причины возникновения конкуренции, необходимо опираться на три подхода: 1) причинно-следственный; 2) функциональный; 3) системный.

При причинно-следственном подходе, где рассматривается «первичность» и «вторичность» процессов, обнаруживается, что исторически конкуренция возникает в процессе общественного разделения труда и частной собственности, которые ведут к установлению через рынок всеобщей связи хозяйствующих и экономически обособленных друг от друга субъектов. В рамках функционального подхода, задачей которого является раскрыть характер взаимодействия этих субъектов, можно прийти к выводу, что конкурентные отношения являются одним из фундаментальных и объективных законов на пути развития экономической жизни общества. И, наконец, последний подход – системный, он определяет конкуренцию как необходимый способ организации целостной системы рыночных отношений [1, с. 132-133].

Конкуренция – главный рычаг прогресса в рыночной экономике. Для того чтобы наилучшим образом увидеть проблемы конкуренции, необходимо рассмотреть данные статистических исследований, а также результаты различных опросов хозяйствующих субъектов.

По данным Федеральной службы государственной статистики, общее количество предприятий и организаций, зарегистрированных в России по состоянию на начало 2013 года, увеличилось, но незначительно (на 0,4% больше, чем на начало 2012 г.) и составило 4,89 млн. единиц (4, 87 млн. единиц в 2012 г.).

Количество хозяйствующих субъектов по виду экономической деятельности сохранилось практически на уровне предыдущего года. Вместе с тем нельзя не отметить, что произошел прирост количества хозяйствующих субъектов в таких сферах деятельности, как транспорт и связь (на 3,8%), операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (на 2,35%), услуги гостиниц и ресторанов (на 3,4%), здравоохранение и социальные услуги (на 2,3%), строительство (на 2,7%), что свидетельствует о развитии конкуренции в данных отраслях.

Сокращение количества хозяйствующих субъектов просматривается в таких отраслях, как сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (на 5,8%), государственное управление, обеспечение военной обязанности и обязательное социальное страхование (на 3,3%). В таких сферах, как производство машин и оборудования, пищевых продуктов (в том числе напитков и табака), целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность и сфера образования, количество хозяйствующих субъектов сократились менее, чем на 2%.

Особую озабоченность вызывает постоянное уменьшение числа хозяйствующих субъектов в высокотехнологичных отраслях экономики с высокой добавленной стоимостью [2, с. 31].

В 2013 году 22% респондентов, представляющих крупные и средние предприятия (против 18% годом ранее), отметили улучшение состояния конкурентной среды. Сильнее всего увеличилась доля респондентов, занимающихся производством кокса и нефтепродуктов (29% от числа опрошенных против 11% в 2012 г.), кожи, изделий из кожи и обуви (18% против 10% в 2012 г.), транспортных средств и оборудования (21% против 14% в 2012 г.). Однако произошло снижение указанного показателя среди компаний, занимающихся добычей топливно-энергетических полезных ископаемых (с 27% до 21% в период с 2011 по 2013 гг.).

В целом, среди представителей крупных и средних предприятий доля респондентов, отметивших снижение числа антиконкурентных действий органов государственной власти и местного самоуправления, в 2013 г. выросла по сравнению с аналогичным показателем 2012 г. в полтора раза (с 3,9% до 6,2%). Невозможно не отметить, что данная тенденция наблюдалась практически во всех отраслях российской промышленности (за исключением сфер производства кокса и нефтепродуктов и прочих производств, где этот показатель снизился). Респонденты, которые представляют отрасли отечественной промышленности, отметили, что произошло снижение уровня недобросовестной конкуренции (в среднем их доля в 2012 – 2013 гг. выросла в полтора раза) [4, с. 34–35].

В 2013 г. по сравнению с 2012 г. увеличилось число респондентов, которые представляют малый бизнес. Они указывают на снижение уровня недобросовестной конкуренции (с 14 до 18%). Также изменилась доля респондентов, которые отметили снижение антиконкурентных действий органов власти (с 4 до 6%). Но в 2013 г. число респондентов, указавших на улучшение состояния конкурентной среды, не изменилось и осталось на уровне 2012 г.

В 2013 г. состояние конкурентной среды улучшилось в таких сферах, как производство резиновых и пластмассовых изделий (23% против 17% в 2012 г.), добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических (32% против 24% в 2012 г.), производство кожи, изделий из кожи и обуви (20% против 12% в 2012 г.).

Противоположная тенденция наблюдалась в следующих отраслях промышленности: добыча топливно-энергетических полезных ископаемых (22% в 2013 г. против 28% в 2012 г.), обработка древесины и производство изделий из дерева (19%

против 30%), химическое производство (20% против 24%), металлургическое производство и производство готовых металлургических изделий (23% против 28%), производство машин и оборудования (без производства оружия и боеприпасов) (18% против 24%) [2, с. 35-36].

Российский банк поддержки малого и среднего предпринимательства («МСП Банк») проводил опрос: «Финансовое состояние и ожидания малого и среднего бизнеса: предварительные результаты опроса в части вопросов конкуренции» среди более 1200 руководителей компаний малого и среднего бизнеса из 16 регионов России. В рамках данного исследования были заданы вопросы: «Какие проблемы с конкуренцией испытывает Ваша компания на рынке, на котором она работает?» и «Какая из этих проблем является наиболее острой?».

Наиболее серьезным ограничивающим фактором для роста объемов бизнеса опрошенных МСП является ценовая конкуренция: почти половина респондентов указала на его значимость, а треть выделила его как ключевой. Также сильное давление оказывает присутствие импортных товаров на рынке, что особенно болезненно ощущается предприятиями неторгового сектора. Из числа других факторов можно выделить такие, как конкуренция по качеству продукции и наличие проявлений демпинговых стратегий конкурентной борьбы (см. табл. 1) [2, с. 41–43].

Таблица 1

Проблемы конкуренции

Проблемы	Проблема существует	Проблема является наиболее острой
1. Конкуренция со стороны дешевого импорта.	27,2%	14,2%
2. Конкуренция со стороны местных компаний:		
– добросовестная ценовая конкуренция;	47%	32,5%
– добросовестная конкуренция качества;	31,6%	12%
– конкурентное давление посредством рекламы;	17,1%	2,6%
– использование административного давления с целью создания проблем конкурентам;	7,8%	3,1%
– использование родственных и иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ;	4,9%	1,4%
– демпинг с целью вытеснения конкурентов с рынка с последующим повышением цен.	14,8%	1,4%

Всемирный экономический форум (ВЭФ) проводит обширное исследование конкурентоспособности стран. Число стран, которые участвуют в исследовании, ежегодно расширяется, в 2012 г. участвовало 144 страны, а в 2013 г. – 148 стран. Для каждой страны рассчитывается интегральный индекс конкурентоспособности, который определяется 12 факторами:

- качество институтов;
- инфраструктура;
- макроэкономическая стабильность;
- здоровье и начальное образование населения;
- высшее образование и профессиональная подготовка;
- эффективность рынка товаров и услуг;
- эффективность рынка труда;
- развитость финансового рынка;

- технологический уровень;
- размер внутреннего рынка;
- конкурентоспособность;
- инновационный потенциал.

Значение индекса определяет место страны в данном рейтинге, и числовые значения индикаторов находятся в интервале от 1 до 7 баллов.

По данным доклада ВЭФ «Глобальная конкурентоспособность 2013 – 2014», Российская Федерация получила 4,25 балла (64 место среди 148 стран мира) (таблица 2).

Таблица 2

Конкурентоспособность страны

Страна	Рейтинг 2014-2013 гг. (148 стран)	Индекс 2014- 2013 гг.	Рейтинг 2013-2012 гг. (142 страны)	Индекс 2013- 2012 гг.	Рейтинг 2012-2011 гг. (142 страны)	Индекс 2012- 2011 гг.
Швейцария	1	5,67	1	5,72	1	5,74
Сингапур	2	5,61	2	5,67	2	5,63
Азербайджан	39	4,51	46	4,41	55	4,31
Россия	64	4,25	67	4,20	66	4,21
Казахстан	50	4,41	51	4,38	72	4,18
Украина	84	4,05	73	4,14	82	4,00
Киргизия	121	3,57	127	3,44	126	3,45

Посмотрев на значение индикаторов, определяющих рейтинг конкурентоспособности (табл. 3), можно сделать вывод о том, что по сравнению с 2012 г. в 2013 г. Россия поднялась по большинству позиций, в частности, на 12 по таким факторам, как «Качество институтов», «Эффективность рынка труда» и «Конкурентоспособность компаний», на 9 позиций – «Развитость финансового рынка», на 8 позиций – «Эффективность рынка товаров и услуг», на 7 позиций – «Инновационный потенциал», на 5 позиций – «Высшее образование и профессиональная подготовка», на 3 позиции – «Макроэкономическая стабильность» и на 2 позиции – «Инфраструктура».

Таблица 3

Индикаторы, определяющие рейтинг конкурентоспособности

Индикаторы, определяющие рейтинг конкурентоспособности	2012 г.	2013 г.	Изменение за год
Качество институтов	133	121	+12
Инфраструктура	47	45	+2
Макроэкономическая стабильность	22	19	+3
Здоровье и начальное образование населения	65	71	-6
Высшее образование и профессиональная подготовка	52	47	+5
Эффективность рынков товаров и услуг	134	126	+8
Эффективность рынка труда	84	72	+12
Развитость финансового рынка	130	121	+9
Технологический уровень	57	59	-2
Размер внутреннего рынка	7	7	0
Конкурентоспособность компаний	119	107	+12
Инновационный потенциал	85	78	+7

Позиция «Размер внутреннего рынка» осталась неизменной. Важно отметить, что сильными сторонами России являются макроэкономическая стабильность, которая занимает 19 место, большой внутренний рынок – 7 место, довольно развитая инфраструктура – 45 место и большое внимание к высшему образованию и профессиональной подготовке – 45 место. Слабыми же сторонами России являются низкое качество институтов – 121 место, недостаточная развитость финансовых рынков – 121 место и низкая эффективность рынка товаров и услуг – 126 место [2].

По распоряжению Правительства РФ от 28 декабря 2012 г. был принят план («дорожная карта») «Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики». Данный документ характеризует как общесистемные мероприятия по реализации мер по развитию конкуренции в РФ на 2013-2015 гг., так и отраслевые направления работы.

В качестве общесистемных мер план мероприятий «дорожной карты» устанавливает включение в приоритеты деятельности органов исполнительной власти функций по развитию конкуренции, развитие конкуренции в инфраструктурных отраслях, включая сферы естественных монополий, снижение доли государственного сектора в экономике, внедрение лучших практик развития конкуренции в субъектах РФ, развитие конкуренции при осуществлении закупок, упрощение деятельности предпринимателей в рамках антимонопольного регулирования и повышение уровня защиты прав потребителей [3].

На основании исследования можно сделать вывод о том, что проводятся важные реформы, направленные на улучшение условий ведения бизнеса, однако темпы упрощения требований к предпринимателям и снижения административных барьеров в Российской Федерации являются недостаточными для получения в ближайшие годы высокого места.

Литература

1. Грязнова А. Г., Думная Н. Н., Юданов А. Ю. Экономическая теория. М. : КноРус, 2012. 608 с.
2. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации (краткая версия). М., 2013. – 431 с.
3. Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики : план мероприятий («дорожная карта») (утв. распоряжением Правительства РФ от 28 декабря 2012 г. № 2579-р) [Электронный ресурс] // Гарант: Информационно-правовой портал. URL: <http://base.garant.ru/70292784/> (дата обращения: 25.11.2014).
4. Чепурин М., Киселева Е. Курс экономической теории. М. : АСА, 2013. 880 с.
5. Экономическая теория / под ред. Е. Н. Лобачевой. М. : Юрайт, 2011. 522 с.

УДК 334.012.324:65.012.4(470)

Бурова Я.В.
Burova Ya.V.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В РОССИИ

CORPORATE MANAGEMENT IN RUSSIA

Данная статья раскрывает суть корпоративного управления, которая заключается в том, чтобы дать акционерам возможность эффективного контроля и мониторинга деятельности менеджмента и тем самым способствовать увеличению капитализации компании.

The article highlights the essence of corporate management, which means giving shareholders the opportunity for effective control and management monitoring in order to increase the capitalization of the company.

Ключевые слова: управление, корпоративное управление, увеличение капитализации.

Key words: management, corporate management, capitalization of the company.

Недостаточный уровень корпоративной культуры и управления в России постоянно провоцирует возникновение различных конфликтных ситуаций во взаимоотношениях менеджеров и акционеров. Одним из основных видов нарушений в сфере акционерного права стало «размывание» уставного капитала с целью уменьшения доли внешних инвесторов. Зачастую менеджмент решает этот вопрос, не допуская некоторых акционеров на собрание. Проводятся дополнительные эмиссии акций и конвертируемых облигаций, которые размещаются среди аффилированных лиц, доли миноритарных акционеров выкупаются по заниженной цене, активы и финансовые средства перекачиваются в подконтрольные менеджменту компании.

Достаточно часто крупные акционеры российских компаний заинтересованы в контроле над финансовыми потоками, а не в повышении прибыльности бизнеса компании. В результате цена такого бизнеса оказывается никак не связанной с его оценкой рынком капитала, а реальные права крупных и мелких акционеров таких компаний становятся неодинаковыми.

Проблемы во взаимоотношениях акционеров и менеджеров этим не ограничиваются. Здесь и затруднение доступа акционеров на собрание из-за несвоевременного получения информации о его проведении, и отказ директоров, чьи полномочия были прекращены общим собранием акционеров, передать власть и обеспечить доступ к финансовой информации, и осуществление директорами компании крупных сделок без одобрения совета директоров.

Наиболее распространены нарушения прав акционеров при проведении собрания акционеров. Компании и их менеджеры прямо или косвенно контролируют регистраторов, не информируют акционеров о решениях, касающихся существенных изменений в деятельности компании, создают препятствия для реализации права акционеров эффективно участвовать и голосовать на общем собрании.

Часто встречаются нарушения, связанные с низким качеством правового регулирования отдельных корпоративных действий. Среди них – искусственное банкротство или запрет распоряжения акциями, проведение параллельных собраний акционеров и избрание параллельных исполнительных органов.

Еще один вариант нарушений прав акционеров – использование преимущественного положения основного акционера. Пользуясь этим, менеджмент осуществляет действия, необходимые для решения своих собственных проблем, а не для обеспечения прав внешних акционеров.

Пока в России доминируют институционные инвесторы: банки, страховые компании, зарубежные инвесторы. Однако даже для них доступ к информации о структуре, бизнесе или финансовом положении компании является непростым. Еще сложнее обстоит ситуация с получением информации для частных лиц.

Наиболее распространенные нарушения прав акционеров в России:

- нерегулярное и/или неполное информирование акционеров о результатах деятельности компаний, корпоративных событиях, затрагивающих их интересы и влияющих на стоимость принадлежащих им акций;

- прямой или косвенный контроль компаний и их менеджеров за регистраторами, которые осуществляют регистрацию имущественных прав акционеров;

- отказ регистрации передачи прав на акции во время их продажи одним акционером другому (или незаконная перерегистрация акций из простых в привилегированные с целью лишить их владельца права голоса);

- игнорирование положений закона о том, что эмиссии акций должны быть одобрены общим собранием акционеров;

- несоблюдение требования закона «Об акционерных обществах» о том, что распоряжение активами компании, составляющими от 25 до 50% общей стоимости ее активов, требует единогласного решения совета директоров;

- отказ менеджмента привести устав компании в соответствие с законом «Об акционерных обществах» (старые уставы очень часто содержат положения, дискриминирующие «внешних», то есть не связанных с менеджментом акционеров);

- несвоевременное предоставление или непредоставление компаниями акционерам информации о времени, месте проведения общего собрания и его повестке дня;

- отказ в регистрации акционеров для участия в общем собрании или непредоставление им возможности принять участие в голосовании под формальными предлогами;

- отказ в предоставлении возможности акционерам направлять для участия в собраниях своих представителей (доверенных лиц) и голосовать заочно;

- дополнительные эмиссии акций, размещаемых среди аффилированных с менеджментом или крупными акционерами лиц;

- предложение выкупа акций у акционеров (в случае приобретения пакета свыше 30% акций одним из акционеров) по заниженной цене;

- выпуск корпоративных облигаций, конвертируемых в акции, которые размещаются среди аффилированных лиц, с целью последующего размывания пакетов миноритарных акционеров;

- перекачивание активов и финансовых средств дочерних компаний в материнскую без какой-либо существенной компенсации.

Однако в России система взаимоотношений менеджмента и акционеров, определяемая уровнем корпоративного управления, только формируется. Высокий уровень корпоративной культуры достигается не за одно десятилетие. Поэтому и общество, и государство должны приложить определенные усилия для совершенствования корпоративного управления и улучшения взаимоотношений менеджеров и акционеров.

Надо признать, что российские компании все в большей степени ориентируются на цивилизованные рыночные механизмы ведения бизнеса. Потенциал развития информационно закрытых компаний, как правило, ограничен. Лимиты кредитования в аффилированных банках неограниченны, и возможности прямых инвестиций в

производство через капитализацию прибыли также практически исчерпаны, причем это относится как к мелким и средним компаниям, так и к крупнейшим российским предприятиям. Но одной информационной открытости недостаточно для привлечения внешнего финансирования. Необходима комплексная переоценка приоритетов развития. Следующий закономерный этап развития российской экономики связан с ростом уже не долгового, а долевого финансирования.

Владельцы и менеджеры российских компаний начинают понимать, что успех в деле привлечения инвестиций зависит не только от финансовых показателей. Основным барьером на пути притока инвестиций сейчас становится качество корпоративного управления.

Целый ряд инвестиционных, консалтинговых компаний, рейтинговые агентства, работающие на российском рынке, уже включились в работу по продвижению культуры корпоративного управления среди российских компаний. Они разрабатывают стандарты и кодексы, методологию оценок, пытаются объяснить менеджменту российских предприятий необходимость повышения культуры корпоративного управления.

Некоторые иностранные инвестиционные компании при оценке рисков вложений в акции выставляют штрафные баллы за отсутствие у российской компании своего кодекса корпоративного управления.

Международное рейтинговое агентство Standard&Poor's в рамках глобальной деятельности по присвоению рейтингов практики корпоративного управления проводит по собственной методологии оценку корпоративного управления российских предприятий. При этом агентство обращает внимание на структуру собственности и внешнее влияние; права акционеров и отношения с финансово заинтересованными лицами; раскрытие информации, прозрачность и аудит; структуру и эффективность совета директоров.

Некоторые отечественные акционерные общества уже самостоятельно разрабатывают собственные кодексы корпоративного управления. Их можно разбить на три группы. В первую входят краткие (объемом 4-6 страниц) декларации о намерении придерживаться передовой практики корпоративного управления без какой-либо детализации в отношении ключевых аспектов этой практики, за исключением, может быть, отдельных моментов работы советов директоров. Вторая группа – документы объемом 12–18 страниц, посвященные тому, как в компании будет организована работа в отдельных, наиболее важных с ее точки зрения, аспектах практики корпоративного управления. Наконец, третья использует принципы и направления совершенствования практики корпоративного управления компаний исходя из структуры Кодекса корпоративного поведения, разработанного по инициативе Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг России.

Литература

1. Когденко В. Г. Корпоративная финансовая политика. М. : Юнити-Дана, 2014. 211 с.
2. Селезнёв В. А., Орехов С. А. Корпоративный менеджмент : Учебное пособие. М. : Дашков и К, 2012. 134 с.
3. Семёнов А. В., Салихов Б. В. Инновационные аспекты управления корпоративными знаниями. М. : Дашков и К, 2013. 186 с.

УДК 336.225.68:347.9

Воронина Е.В., Салехов Е.А.
Voronina E.V., Salekhov E.A.

НЕОБОСНОВАННАЯ НАЛОГОВАЯ ВЫГОДА: СОДЕРЖАНИЕ И ПРИЗНАКИ

UNJUSTIFIED TAX BENEFIT: THE CONTENT AND FEATURES

В статье рассмотрены существующие отечественные и зарубежные подходы к определению понятия «необоснованная налоговая выгода». Описаны признаки необоснованной налоговой выгоды. Представлены результаты анализа судебной практики по рассматриваемому вопросу. Предложено авторское определение понятия «необоснованная налоговая выгода».

The article highlights the existing domestic and foreign approaches to the definition of unjustified tax benefit concept. It also describes the unjustified tax benefit features. It presents the results of analysis of the court practice on the issue. The authors suggest their own definition of "unjustified tax benefit".

Ключевые слова: необоснованная налоговая выгода, судебная практика, налоговые платежи.

Key words: unjustified tax benefit, court practice, tax payments.

Деятельность налогоплательщика, направленная на получение необоснованной налоговой выгоды, сопровождается высоким риском и часто является основанием для доначисления налоговыми органами сумм налогов в ходе выездных и камеральных проверок и, соответственно, пеней и штрафов. Однако до настоящего времени недостаточно исследованными остаются вопросы содержания этого понятия.

В развитии законодательных норм в России, направленных на недопущение злоупотреблением в налоговой сфере, можно выделить два этапа:

1 этап. Определение Конституционным судом РФ (далее – КС РФ) критериев добросовестности налогоплательщиков (2001–2009 гг.) – Постановление КС РФ от 12.10.1998 г. №24-П «По делу о проверке конституционности пункта 3 статьи 11 Закона РФ от 27.12.1991 г. «Об основах налоговой системы в РФ»».

2 этап. Определение Высшим арбитражным судом РФ (далее – ВАС РФ) критериев необоснованной налоговой выгоды (2006 г. – настоящее время) – Постановление Пленума ВАС РФ от 12.10.2006 г. №53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды».

Определение термина «необоснованная налоговая выгода» содержится как в нормативных документах, так и в трудах отдельных ученых.

В соответствии с Постановлением Пленума ВАС РФ №53 от 12.10.2006 г. под налоговой выгодой понимается уменьшение размера налоговой обязанности вследствие, в частности, уменьшения налоговой базы, получения налогового вычета, налоговой льготы, применения более низкой налоговой ставки, а также получение права на возврат (зачет) или возмещение налога из бюджета [7].

Член палаты налоговых консультантов С.М. Джаарбеков говорит, что налоговая выгода – это все то, что уменьшает сумму налога к уплате (налоговую нагрузку). Из этого определения следует, что любое незаконное уменьшение налога к уплате и есть необоснованная налоговая выгода [3].

И.А. Феоктистов пишет, что «необоснованная выгода – это та, которая получена от сделки, стороны которой ставили перед собой одну единственную цель – минимизировать налоговые платежи» [10]. С нашей точки зрения, приведенное определение следует считать не достаточно полным, поскольку минимизация налоговых платежей вполне может быть результатом налогового планирования и мероприятий налогоплательщика по оптимизации налогообложения.

Условно признаки необоснованной налоговой выгоды можно разделить на прямые и косвенные. При этом косвенные признаки необоснованной налоговой выгоды содержат оценочные понятия, например, «без должной осмотрительности», «преимущественно», «разумные экономические причины», и перечень подобных обстоятельств является открытым.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 12.10.2006 г. №53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды» налоговая выгода может быть признана необоснованной, если:

- для целей налогообложения учтены операции не в соответствии с их действительным экономическим смыслом,
- учтены операции, не обусловленные разумными экономическими или иными причинами (целями делового характера),
- налоговым органом будет доказано, что налогоплательщик действовал без должной осмотрительности и осторожности,
- налогоплательщику должно было быть известно о нарушениях, допущенных контрагентом, в силу отношений взаимозависимости или аффилированности налогоплательщика с контрагентом,
- налоговым органом будет доказано, что деятельность налогоплательщика, его взаимозависимых или аффилированных лиц направлена на совершение операций, связанных с налоговой выгодой, преимущественно с контрагентами, не исполняющими своих налоговых обязанностей [7].

В том же Постановлении говорится и о том, что о необоснованности налоговой выгоды могут также свидетельствовать подтвержденные доказательствами доводы налогового органа о наличии следующих обстоятельств:

- невозможность реального осуществления налогоплательщиком указанных операций с учетом времени, места нахождения имущества или объема материальных ресурсов, экономически необходимых для производства товаров, выполнения работ или оказания услуг;
- отсутствие необходимых условий для достижения результатов соответствующей экономической деятельности в силу отсутствия управленческого или технического персонала, основных средств, производственных активов, складских помещений, транспортных средств;
- учет для целей налогообложения только тех хозяйственных операций, которые непосредственно связаны с возникновением налоговой выгоды, если для данного вида деятельности также требуется совершение и учет иных хозяйственных операций;
- совершение операций с товаром, который не производился или не мог быть произведен в объеме, указанном налогоплательщиком в документах бухгалтерского учета.

Таким образом, при наличии доказательной базы налоговые органы по достаточному количеству «поводов» могут заподозрить налогоплательщика в получении необоснованной налоговой выгоды. Несмотря на это, законодатель отмечает ряд случаев, когда выгода налогоплательщиком все-таки получена, но она не признается необоснованной.

Так, налоговая выгода не может быть признана обоснованной, если получена налогоплательщиком вне связи с осуществлением реальной предпринимательской или

иной экономической деятельности, а также «факт нарушения контрагентом налогоплательщика своих налоговых обязанностей сам по себе не является доказательством получения налогоплательщиком необоснованной налоговой выгоды» [7].

Несмотря на то, что «судебная практика разрешения налоговых споров исходит из презумпции добросовестности налогоплательщиков и иных участников правоотношений в сфере экономики» [7], решения арбитражных судов выносятся в основном в пользу налогового органа.

Налоговыми органами выявлены следующие «схемы», используемые налогоплательщиками для минимизации налогового бремени:

1) создание «схемы», направленной на увеличение стоимости товаров для искусственного завышения сумм налоговых вычетов по налогу на добавленную стоимость и увеличения расходов, уменьшающих налогооблагаемую базу по налогу на прибыль организаций, при наличии реальных хозяйственно-финансовых операций по приобретению товара;

2) использование в деятельности налогоплательщика организаций (в ряде случаев прямо или косвенно подконтрольных проверяемому налогоплательщику), не осуществляющих реальной финансово-хозяйственной деятельности, с целью завышения сумм налоговых вычетов по налогу на добавленную стоимость и увеличения расходов, уменьшающих налогооблагаемую базу по налогу на прибыль организаций, путем заключения договоров с такими организациями;

3) «дробление» бизнеса с целью применения льготного режима налогообложения (единого налога на вмененный налог);

4) использование «подконтрольных» организаций в целях минимизации страховых взносов;

5) совершение хозяйственных операций, формально соответствующих требованиям действующего налогового законодательства, однако не имеющих разумной деловой цели, за исключением получения необоснованной налоговой выгоды [6].

Анализ судебной практики ФАС Западно-Сибирского округа по соответствующим вопросам в 2013 г. выявил следующие основания для вывода суда о получении налогоплательщиками необоснованной налоговой выгоды:

- нереальность хозяйственных операций – в 86 случаях;
- отсутствие должной осмотрительности – в 27 случаях;
- создание «схемы», направленной на увеличение стоимости товара (работ, услуг), – в 3 случаях;
- занижение рыночной цены реализуемого товара через субъекта, применяющего льготный режим налогообложения (ЕНВД), – в 1 случае;
- отсутствие деловой цели в совершении хозяйственных операций – в 1 случае;
- увеличение расходов за счет заключения мнимых договоров с взаимозависимыми лицами, применяющими упрощенную систему налогообложения, – в 1 случае;
- уклонение от уплаты ЕСН путем проведения выплат, подпадающих под налогообложение, через организации, применявшие УСН, – в 1 случае;
- создание искусственной ситуации в виде разницы в налоговых обязательствах, возникающих при применении общего режима налогообложения и специального режима (УСН), – в 1 случае.

В налоговом законодательстве существует пробел в виде применения законодательно неопределенных терминов «недобросовестность», «необоснованная налоговая выгода», и он заполняется не законотворческой деятельностью, а решениями судов, выводящими критерии, по которым сделки могут быть признаны сомнительными, а деятельность налогоплательщика – «недобросовестной», т.е. направленной на уклонение от уплаты налогов или незаконный обход налогов.

Рассматривая зарубежный опыт, следует заметить, что понятие необоснованной налоговой выгоды существует и в других странах. Во Франции, например, используется термин «налоговая симуляция», в Германии – «налоговое злоупотребление», причем применение данных терминов основано на налоговом законодательстве.

Понятие злоупотребления правом закреплено в статье L 64 Свода фискальных процедур, действующего во Франции с 1 декабря 1982 года. Указанная статья устанавливает, что: «... не могут препятствовать осуществлению полномочий налоговых органов действия, скрывающие истинную природу договора или соглашения при помощи условий, которые позволяют уменьшить регистрационные пошлины или налог на операции с земельными участками; которые прикрывают либо получение, либо передачу прибылей (поступлений); которые позволяют избежать, в целом или частично, платежа налогов с оборота, соответствующего операциям, осуществленным во исполнение контракта или соглашения...» [4, с. 24].

Необходимо отметить, что доктрина «злоупотребления правом» – это доктрина романо-германской системы права. Так, норма параграфа 42 Закона ФРГ о налогах и сборах сформулирована следующим образом: «Налоговый закон не может быть обойден путем злоупотреблений с использованием различных правовых конструкций. В случае злоупотребления возникает то налоговое последствие, которое возникло бы при совершении сделки, отвечающей экономическим, деловым целям» [4, с. 24].

Законодательство Канады рассматривает налоговую выгоду как «уменьшение, исключение или отсрочку в уплате налога или иного платежа, либо увеличение размера компенсации налога» [4, с. 25]. При этом устанавливается экономически обоснованная цель сделки при анализе действий налогоплательщика.

Общий закон о налогах Испании (ст. 24 (2)) гласит: «Факторы, действия и юридические сделки, совершенные в обход налогового закона, не должны препятствовать применению тех налоговых норм, которые пытаются обойти, а также не должны порождать налоговые преимущества, на достижение которых они направлены» [4, с. 25].

Раздел 22 Австрийского федерального налогового кодекса содержит общие положения против злоупотребления законом. В соответствии с этим положением фискальные обязательства нельзя обходить или сокращать, злоупотребляя формами и понятиями гражданского права [4].

Изучив работы различных авторов, судебную практику, зарубежный опыт, предлагаем следующее определение термина «необоснованная налоговая выгода» – это экономический доход налогоплательщика, полученный в результате совершения совокупных целенаправленных неправомерных действий, препятствующих осуществлению полномочий налоговых органов, скрывающих природу договора или соглашения, направленных на незаконное уменьшение налоговых платежей или получение средств из бюджета.

Литература

1. Гусева Т. А. Налоговое планирование в предпринимательской деятельности: правовое регулирование : монография / под ред. Н.И. Химичевой. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Волтерс Клувер, 2007. 413 с.
2. Данченко С. П. Необоснованная налоговая выгода: очередные итоги налоговиков [Электронный ресурс] // Налоговая проверка. 2014. №1. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Джаарбеков С. М. Методы и схемы оптимизации налогообложения [Электронный ресурс]. М., 2008. URL: [http:// http://www.studfiles.ru/](http://www.studfiles.ru/) (дата обращения 02.11.2014).

4. Козьян М. Основные принципы налогообложения предприятий. 4-е изд. Париж : LITEC, 2010.
5. Налоговая выгода (комментарий эксперта) [Электронный ресурс]. URL: <http://dslov.ru/tax/n131.htm> (дата обращения 02.11.2014).
6. О направлении обзора практики рассмотрения жалоб налогоплательщиков и налоговых споров судами по вопросам необоснованной налоговой выгоды [Электронный ресурс] : письмо Федеральной налоговой службы от 31.10.2013 г. №СА-4-9/19592. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
7. Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды [Электронный ресурс] : постановление Пленума ВАС РФ от 12.10.2006 г. №53. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
8. По делу о проверке конституционности пункта 3 статьи 11 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года «Об основах налоговой системы в Российской Федерации» [Электронный ресурс] : постановление КС РФ от 12.10.1998 г. №24-П. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
9. Ростошинский А. М. Необоснованная налоговая выгода: судебная практика [Электронный ресурс] // Строительство: бухгалтерский учет и налогообложение. 2014. №2. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
10. Феоктистов А. И. Опасные схемы минимизации налогов: необоснованная налоговая выгода : учебник [Электронный ресурс]. М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2009. 200 с. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

УДК 336.77:332.834.13

Ефимов О.Н., Фаттахова И.И.
Efimov O.N., Fattakhova I.I.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

IMPROVEMENT OF THE MORTGAGE LENDING

Ипотечное жилищное кредитование в настоящее время востребовано. В работе приводится сравнение двух коммерческих банков, выдающих ипотечные кредиты с разными условиями. В статье отражены проблемы ипотечного кредитования и пути его совершенствования на примере коммерческого банка ОАО «Россельхозбанк».

Mortgage lending is in great demand now. The paper presents a comparison of two commercial banks with mortgage loans under different conditions. The paper describes the problems of mortgage lending and ways for its improving by the example of the commercial bank "Rosselkhozbank" ("Russian Agricultural Bank").

Ключевые слова: ипотечный кредит, кредитный портфель, банковские продукты, страховой пул.

Key words: mortgage, loan portfolio, bank products, insurance pool.

В настоящее время каждая семья и каждый отдельно взятый гражданин в России нуждается в приобретении собственного жилья. Без удовлетворения этой потребности нельзя говорить о прочих социально-экономических приоритетах общества.

Реализация конституционных прав гражданина и человека на достойное жилье рассматривается как важнейшая социально-политическая и экономическая проблема всей страны. Ст. 40 Конституции РФ гласит: «Каждый имеет право на жилище. Никто не может быть произвольно лишен жилища. Органы государственной власти и органы местного самоуправления поощряют жилищное строительство, создают условия для осуществления права на жилище» [7].

В российском законодательстве существуют различные нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы ипотеки. Это Гражданский кодекс РФ (гл. 23), Закон РФ «О залоге» от 29 мая 1992 г. № 2872-1, Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 20 июля 1998 г. № 102-ФЗ, Федеральный закон «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним» от 21 июля 1997 г. № 122-ФЗ и другие.

Ипотечный кредит – это кредит или заем, который предоставляется сроком на 3 года и более банком (кредитором) или юридическим лицом (некредитной организацией) физическому лицу (заемщику) для приобретения жилья под залог приобретаемого жилья в качестве обеспечения обязательства на условиях срочности, платности и возвратности.

Ипотечное кредитование населения на сегодняшний день является наиболее активно развивающейся банковской операцией, а также важным условием повышения качества жизни российских граждан.

Актуальность данной темы состоит в том, что обеспечение жильем граждан РФ является одной из наиболее значимых социальных проблем, стоящих перед Российским государством на современном этапе его развития. Жилищная проблема стоит перед 60% российских семей, в той или иной степени не удовлетворенных жилищными условиями. В 2012 году средний уровень обеспеченности жильем на душу населения составил 23 кв. м жилья. Этот показатель в 2–3 раза ниже, чем в развитых странах. Тогда как, к примеру, в

США данный показатель составил 75 кв. м, в Великобритании – 62 кв. м, в Германии – 45 кв. м на душу населения.

Объектом исследования является отечественная система ипотечного кредитования. Предметом – организация ипотечного кредитования в ОАО «Россельхозбанк». Это один из известных коммерческих банков России. В настоящее время в ряде областей банк является наиболее популярным на ипотечном рынке, он имеет сеть из 78 филиалов и 1455 дополнительных офисов. На данный момент ОАО «Россельхозбанк» входит в список участников программы «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» на 2013–2020 гг. Помимо этого, банк предлагает клиентам различные программы, по которым можно взять потребительские кредиты. Кредиты «Россельхозбанка» пользуются заслуженной популярностью у населения, так как банк придерживается в своей работе принципов, позволяющих ему успешно работать в сфере финансов.

Для начала рассмотрим таблицу 1, характеризующую общее состояние рынка ипотечного жилищного кредитования.

Таблица 1

Количество ипотечных жилищных кредитов, предоставленных кредитными организациями физическим лицам-резидентам [3]

Дата	Количество предоставленных кредитов, единиц	Средневзвешенная ставка, % по выданным с начала года кредитам
1	2	3
На 1.01.2009 г.	146 598	13
На 1.01.2010 г.	176 146	14,6
На 1.01.2011 г.	392 302	13,3
На 1.01.2012 г.	587 600	12
На 1.01.2013 г.	739 393	12,3
На 1.01.2014 г.	878 495	12,5

По данным таблицы 1 видно, что спрос на ипотечные жилищные кредиты с каждым годом увеличивается. Если в начале 2009 года количество выданных кредитов составляло 146 598 единиц, то к началу 2014 года оно возросло до 878 495 единиц.

Лидером среди банков всегда являлся и является «Сбербанк». Заметим, что к 2014 году ОАО «Россельхозбанк» вошел в пятерку лидеров: количество выданных ипотечных кредитов составило 14 857 шт. (табл. 2).

Таблица 2

Лидеры рынка ипотечного кредитования в 2012–2014 гг. [4]

Итоги 1 полугодия 2014 года		Итоги 2013 года		Итоги 2012 года	
Банк	Количество выданных ипотечных кредитов, шт.	Банк	Количество выданных ипотечных кредитов, шт.	Банк	Количество выданных ипотечных кредитов, шт.
1. Сбербанк	402 000	1. Сбербанк	629 761	1. Сбербанк	445 665
2. ВТБ24	157 066	2. ВТБ24	243 336	2. ВТБ24	157 608
3. Газпромбанк	29 688	3. Газпромбанк	78 198	3. Газпромбанк	64 201
4. Россельхозбанк	14 857	4. Дельтакредит	28 135	4. Дельтакредит	22 635
5. Дельтакредит	14 117	5. Связь-Банк	17 906	5. Росбанк	17 637

Данные таблицы 3 говорят о том, что с каждым годом коммерческие банки все больше и больше выдают ипотечных кредитов.

Таблица 3

Количество выданных ипотечных жилищных кредитов с 2006 по 2013 год

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Количество, тыс.	204,1	214,2	349,5	130,1	301,4	523,6	691,7	824,8

Рассмотрим структуру кредитного портфеля ОАО «Россельхозбанк» (табл. 4).

Таблица 4

Структура кредитного портфеля ОАО «Россельхозбанк»

Кредиты, выданные клиентам	На 01.12.2012 г.		На 01.12.2013 г.		На 01.09.2014 г.	
	тыс. руб.	доля, в %	тыс. руб.	доля, в %	тыс. руб.	доля, в %
Кредиты юр. лицам	664 813 220	74,7	731 071 144	72,11	788 269 758	72,01
Кредиты физ. лицам	167 726 082	18,85	212 920 494	21,01	236 136 329	21,57
Кредиты ИП	57 419 626	6,45	69 770 845	6,88	70 376 326	6,43
Всего	889 958 928	100	1 013 762 483	100	1 094 782 413	100

Как видно по приведенным в таблице 4 данным, за исследуемый период наблюдается увеличение суммы всех видов кредитов. Это связано, прежде всего, с выравниванием экономической ситуации в России, а также с активным привлечением новых клиентов путем разработки различных кредитных продуктов, а также с упрощением процедуры получения кредита.

Основную долю составляют кредиты юридическим и физическим клиентам. К 2014 году их доля составила 72,01 и 21,57% соответственно.

В структуре кредитов, предназначенных физическим лицам, значительное место приходится на ипотечные продукты.

Приведем сравнительную характеристику ипотечных продуктов двух банков (табл. 5, 6).

Таблица 5

Основные характеристики ипотечных продуктов ОАО «Россельхозбанк» [5]

Программы ипотеки	Цель кредитования	Залог	Первонач. взнос, %	Ставка в руб., %	Срок	Возраст заемщика, лет
12/12/12	- приобретение квартиры; - приобретение жилого дома с земельным участком	приобретаемая недвижимость	от 12	12	до 12 лет	21–65
Военная ипотека	- приобретение квартиры; - приобретение земельного участка		от 10	от 10,5	3–22 лет	21–41
Ипотека по двум документам	- приобретение квартиры; - приобретение жилого дома с земельным участком		от 40	12,4–14,5	до 25 лет	21–65

Таблица 6

Основные характеристики ипотечных продуктов ОАО «Сбербанк» [6]

Программы ипотеки	Цель кредитования	Залог	Первонач. взнос, %	Ставка в руб., %	Срок	Возраст заемщика, лет
Приобретение готового жилья	приобретение квартиры	кредитуемое / иное жилое помещение	от 10	от 12,5	до 30 лет	21-75
Строительство жилого дома	приобретение квартиры	приобретаемая недвижимость	от 15	от 13,5		
Загородная недвижимость	приобретение / строительство дачи (садового дома)	приобретаемая недвижимость	от 15	от 13		
Гараж	приобретение / строительство гаража	различное обеспечение	от 10	от 13,5		
Ипотека плюс материнский капитал	приобретение готового или строящегося жилья	кредитуемое помещение	использование средств материнского капитала	от 13,5		
Военная ипотека	приобретение строящегося жилья	кредитуемое помещение	от 10	от 9,5	до 20 лет	

Сравнивая ипотечные программы двух банков, можно выявить основные недостатки ипотечного кредитования в «Россельхозбанке».

Во-первых, банк ограничил максимальный возраст заемщиков пенсионным возрастом до 65 лет, тогда как в «Сбербанке» данный показатель увеличен до 75 лет.

Во-вторых, «Россельхозбанк» ограничен узким спектром продуктов ипотечного кредитования.

В-третьих, у банка короткий срок выплаты кредита – до 25 лет.

Также есть проблема, касающаяся многих коммерческих банков, – наличие задолженности по ипотечным кредитам вследствие ухудшения финансового состояния заемщика или нежелания клиента платить по предоставленному кредиту.

Особое внимание в «Россельхозбанке» уделяется страхованию ипотечных кредитов. Ипотечное страхование осуществляется по ряду направлений.

Титульное страхование защищает статус обладателя собственности. На рынке недвижимости часто встречаются мошенники, продающие одну и ту же квартиру нескольким лицам. При наступлении страхового случая застрахованному лицу будет выплачена равноценная компенсация за потерянное право обладания собственностью. Сумма страховки равна 0,2-0,7% от стоимости кредита.

Страхование жилья производится на случай пожаров, затоплений, действия третьих лиц, взрывов, наводнений и т. д. Если купленная по кредиту квартира будет повреждена, страховщики будут обязаны компенсировать все потери. За это придётся заплатить 0,3–0,5% от стоимости кредита.

Страхование жизни и здоровья заёмщика производится с целью уменьшения банковских рисков. За длительное время клиент банка может умереть или потерять трудоспособность. В данном случае банку будут выплачены оставшиеся по кредиту средства, а собственность перейдёт к заёмщику либо к его наследникам. Стоимость этого вида страховки составляет от 0,3 до 1,5% [1; 2].

В целях совершенствования ипотечного кредитования в ОАО «Россельхозбанк» необходимо решить ранее выявленные проблемы. Для этого следует провести следующие мероприятия:

1. Увеличить возрастной предел на выдачу кредита до 65 лет, применив установленное ограничение других коммерческих банков. Однако, повысив данный показатель, банк может столкнуться с проблемами нехватки денежных средств у заемщика и высоким риском недожития до срока полного погашения кредита. Для устранения данных проблем банку следует ввести дополнительные условия для заемщиков, достигших пенсионного возраста: наличие обязательного поручительства в лице как минимум трех человек, обязательное страхование по рискам «жизнь и здоровье», участие в государственной программе «Софинансирование пенсии» до срока наступления пенсионного возраста как минимум 3 года.

2. Разработать широкий спектр предоставляемых услуг с выгодными условиями.

3. Увеличить срок выплаты ипотечного кредита. В таком случае у заемщиков будет больше времени, чтобы погасить свой долг.

Финансирование ипотеки в России пока осуществляется преимущественно за счет ресурсов банковской системы, что представляется не столь эффективным, учитывая ее низкую капитализацию и ограниченный доступ к долгосрочным финансовым ресурсам в контексте значительной общей потребности экономики в кредитных ресурсах.

По нашему мнению, необходимо создать страховой пул по ипотечному страхованию (рис.).

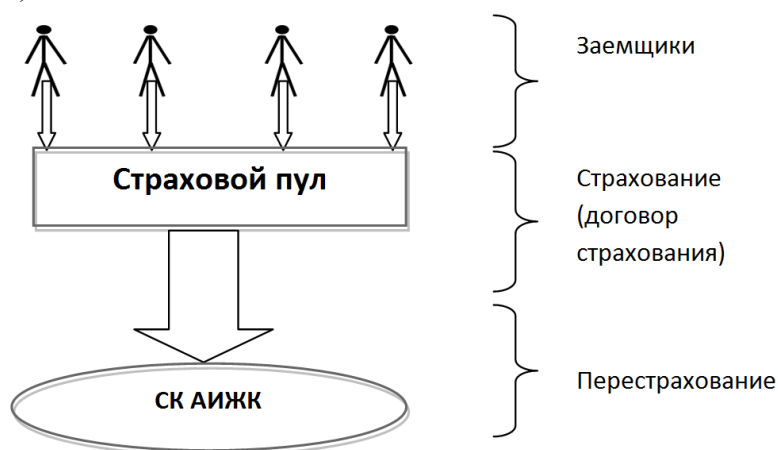


Рис. Схема реализации ипотечного страхования

Мы полагаем, что страховые (перестраховочные) пулы должны найти широкое применение при ведении ипотечного страхования, когда размеры ущерба могут достигать значительных величин, превышающих финансовые возможности отдельных страховщиков. Процедура взаимного контроля в пуле позволяет избежать возможных проблем и неточностей, связанных с выплатой страхового возмещения страховыми компаниями.

Таким образом, осуществление данных мероприятий поможет ОАО «Россельхозбанк» не только усовершенствовать ипотечное кредитование, но и расширить спектр предоставляемых продуктов и услуг, круг заемщиков, увеличить доход банка благодаря введению новых операций и повысить спрос на ипотечном рынке.

Литература

1. Ефимов О. Н. Новейшее страхование в законах : Монография. Yelm : ScienceBookPublishingHouse, 2013. 484 с.

2. Ефимов О. Н. Страхование по закону о страховом деле : учеб. пособие (приложение к программе подготовки бакалавров). Saarbrucken : LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co. KG, 2012. 685 с.

3. Информация по кредитным организациям // Официальный сайт ЦБ РФ. URL: <http://www.cbr.ru/credit/forms.asp> (дата обращения: 01.11.2014).

4. Ипотека в цифрах // Аналитический центр по ипотечному кредитованию и секьюритизации. URL: <http://rusipoteka.ru> (дата обращения: 01.11.2014).

5. Ипотечное жилищное кредитование // Официальный сайт ОАО «Россельхозбанк». URL: <http://www.rshb.ru/> (дата обращения: 25.10.2014).

6. Ипотечные кредиты // Официальный сайт ОАО «Сбербанк». URL: <http://www.sberbank.ru/bashkortostan/ru/person/credits/home/mot/> (дата обращения: 25.10.2014).

7. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] : [принята 12 дек. 1993 г.] : (ред. от 30.12.2008). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

УДК 338.24:001.895

Пугина Л.И.
Pugina L.I.

**РАЗВИТИЕ РЫНКА ИННОВАЦИЙ И ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**INNOVATION MARKET DEVELOPMENT AND TECHNOLOGY TRANSFER
UNDER MODERN CONDITIONS**

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта «Экономические аспекты активизации инновационной деятельности предприятий» № 14-12-33001 а(р).

В данной статье выявлены основные особенности рынка инноваций: разнообразие товаров, представляющих объекты интеллектуальной собственности; многократное использование товаров; большая роль потребительной стоимости в цене на новшества; участие предприятий в трансфере технологий. Новыми тенденциями на рынке инноваций являются трансфер двойных технологий, лицензионная торговля объектами интеллектуальной собственности. В статье отмечено, что для активизации этого рынка требуется ряд условий и предпосылок, таких как удовлетворение спроса на инновации, государственная поддержка инновационной деятельности, подготовка специалистов по инновациям.

The article describes the main features of market innovation: a variety of products of intellectual property; multiple use of the goods; a large role in the use-value price of innovation; participation of enterprises in technologies' transfer. New trends in the market innovations are the dual technologies' transfer and the licensed trade of the intellectual property objects. The market revitalization requires a number of specific conditions and prerequisites such as satisfying the demand for innovation, government support of innovation activity and innovation specialists' training.

Ключевые слова: рынок инноваций, трансфер технологий, инновационная деятельность, рыночная инфраструктура, инновационная система.

Key words: innovation market, technology transfer, innovation activity, market infrastructure, innovation system.

Новая инновационная система действует в условиях рынка. Современными тенденциями в формировании экономического механизма инновационных систем являются развитие рынка инноваций и трансфер технологий. Рассмотрим эти направления.

Переход на рыночные отношения в экономике требует создания нового инновационного механизма, сочетающего государственную поддержку фундаментальной науки с реализацией наиболее крупных научно-технических программ и развитием коммерческих начал. Поэтому в сфере науки превалирует государственная собственность (в отраслях оборонного комплекса, космоса, атомной энергетики) с государственным программным регулированием, частная и другие формы собственности. Кроме разнообразных форм собственности для развития рынка инноваций необходимо создание рыночной инфраструктуры.

Инфраструктуру в сфере науки и инновационной деятельности можно определить как совокупность учреждений и видов деятельности, обслуживающих научную деятельность с целью формирования научного и инновационного потенциала и социально-

экономической среды его функционирования [6]. К инфраструктуре рынка инноваций относятся биржи, банки, страховые компании. Создаются специальные инновационные фонды для финансирования инновационной деятельности.

Существует точка зрения, что рынок инноваций делится на три элемента: рынок нововведений, рынок рискованного капитала и рынок интеллектуального труда [6, с. 34]. Рынок нововведений – это обмен между экономически свободными разработчиками и потребителями новшеств. Он включает новые научные и технические решения, новую научную и техническую информацию, новые научные и технические услуги. Можно отметить, что данный рынок основан на использовании объектов интеллектуальной собственности. На рынке рискованного капитала субъектами выступают организации и лица, занятые в сфере обращения рискованного капитала, инвесторы. На этом рынке осуществляется прямое финансирование инновационных проектов, кредитование инноваций, страхование финансовых рисков. На рынке интеллектуального труда действуют спрос и предложение сотрудников, занятых в сфере науки. Субъектами данного рынка выступают специалисты, занятые в сфере науки, и организации, предлагающие работу. Инфраструктура рынка содействует информационному обеспечению субъектов рынка, осуществлению процедуры купли-продажи, проведению работ по патентованию и лицензированию [6, с. 34].

Рыночный механизм создает условия конкуренции и экономического равенства разработчиков и потребителей результатов научной деятельности. Государство также выступает на рынке инноваций равным со всеми потребителями партнером, вырабатывает механизмы поддержки научной деятельности: программно-целевой, льготной политики, финансовых гарантий.

Определим признаки нового рынка инноваций. Отметим, что на данном рынке реализуются различные товары, связанные с интеллектуальной собственностью (патенты, товарные знаки, лицензии, программы для ЭВМ, базы данных и др.). Например, патент удостоверяет признание заявленного решения изобретением или промышленным образцом, авторство создателя защищаемого новшества, приоритет и исключительное право на использование охраняемого объекта.

Согласно Гражданскому кодексу предоставление патентообладателем (лицензиаром) разрешения на использование новшеств, защищенных патентом, покупателю оформляется путем заключения различных видов лицензионных договоров. Договор об уступке патента заключается при полной передаче прав на патент другому владельцу. По договору исключительной лицензии лицензиат получает исключительное право использовать объект договора в обусловленном объеме на обусловленной территории. При неисключительной лицензии патентообладатель разрешает использование новшества в обусловленном объеме, сохраняет за собой все права, вытекающие из патента, включая выдачу лицензии третьим лицам. Открытая лицензия предусматривает выдачу лицензии патентообладателем любому лицу, при этом снижается размер ежегодной патентной пошлины [5].

На инновационном рынке товар может многократно применяться (например, изобретение при неисключительной лицензии может использоваться в различных отраслях). Также часто реализуется не отдельное нововведение, а комплекс технологий единого научно-технического уровня. В его стоимость входят расходы на подготовку кадров, координацию работ, сопряженные нововведения.

Цена на новшество определяется, в основном, потребительской стоимостью. Большое значение имеет спрос на инновации. При этом изучением этого спроса занимается маркетинг нововведений. Иногда наблюдается отсутствие спроса. Тогда новые товары формируются сначала как предложение конкретных предприятий и только после проведения рекламной кампании находят своих потребителей. Существуют различные виды спроса на инновации [см. подробнее 4].

Применительно к нестабильным экономическим условиям нашей страны спрос на наукоемкую продукцию определяется не только затратами на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы и их качеством, но и, в первую очередь, финансовыми возможностями, инвестиционным потенциалом отрасли-заказчика, то есть внешними по отношению к науке факторами.

Также необходимо отметить высокую степень риска и неопределенности рынка инноваций, что требует на этом рынке страхования рисков, повышает роль прогнозных оценок и их качества.

Новой тенденцией формирования современного рынка инноваций является участие предприятий в технологическом обмене (трансфере технологий). Основные тенденции в трансфере технологий определяются политическим фоном, экономической конъюнктурой и инновационным климатом в стране, а также развитостью рыночной инфраструктуры и инфраструктуры трансфера технологий, национальной научной, инновационной, структурно-технологической политикой.

В экономической литературе нет точного и однозначного определения понятия «передача технологий», так как эта сфера проблем стала изучаться сравнительно недавно. Так, Б. Санто трактует передачу (трансфер) технологий как процесс, при котором создается научная или технологическая информация, которая направляется на использование, затем на переоценку и новое внедрение [7, с. 154]. С. Осипов под передачей технологий понимает планомерный, лимитируемый временем, добровольный процесс как внутри, так и вне системы, ведущий к уменьшению отклонений от потенциального и актуального уровня использования конкретной технологии [8, с. 154]. Это определение говорит о том, что эффективный уровень использования данной технологии меньше, чем потенциальный. В дальнейшем под трансфером технологий мы будем понимать передачу ресурсов (например, новых технологий) как в одностороннем, так и в двухстороннем порядке.

Проанализировав ряд исследований [1; 7; 8], мы выделили основные формы и виды передачи технологий. Передача нововведений может осуществляться в форме обмена документацией, распространения передового опыта, продажи лицензий, технологического оборудования. Передача технологий может иметь национальный и межнациональный характер.

По направлению передача технологий может быть вертикальной и горизонтальной. Вертикальная передача технологий характеризует процесс, когда передача идет так же, как по стадиям цикла «исследование – производство». Горизонтальная передача технологий – это передача информации из одной научной области в другую.

Различают также активные и пассивные виды передачи технологий. При активной передаче технологии посредником между передающим и принимающим обязательно выступает какая-либо организация, которая берет на себя обязанности помочь передающему найти более выгодного «покупателя» его технологии; при пассивной же передаче производитель технологии сам ищет себе партнера.

Существуют и другие формы передачи технологий. Например, имитационная форма ведет к поддержке процесса производства без его коренного изменения, а адаптивная приспособливает производство к новой технике без его существенного изменения, инновативная требует полного изменения производства.

Новой тенденцией формирования рынка инноваций является трансфер двойных технологий, или технологий двойного назначения, связанных с военной и гражданской продукцией. Такой трансфер играет важную роль, так как повышается спрос на эту продукцию, задействуются производственные мощности предприятий оборонно-промышленного комплекса, их научно-технический и кадровый потенциал, активизируется инновационная деятельность предприятий.

Отметим, что производитель и потребитель технологии решают разные задачи. Производитель – это инициатор и постановщик задачи, субъект ее решения, организатор процесса передачи технологии. Активность потребителя зависит от таких факторов, как капиталоемкость новой технологии для данного производственного процесса, гибкость производства, необходимость технологии и других. Поэтому для того, чтобы передача технологии прошла успешно как для ее производителя, так и для ее потребителя, необходима полная откровенность между передающей и принимающей сторонами.

В настоящее время особое значение приобретает международный опыт обмена научно-техническими знаниями, производственным опытом. Этот обмен пронизывает все виды экономических и научно-технических связей между странами: научно-техническое сотрудничество, кооперацию и специализацию производства, проектирование и строительство промышленных объектов, научно-техническое содействие развивающимся странам. Важным в этом обмене является строгая система охраны прав промышленной собственности, которая служит мотивом и стимулом для создания новой технологии.

Эффективной формой трансфера инноваций является лицензионная торговля. Это обусловлено тем, что обеспечивается широкое использование мирового научно-технического потенциала, сокращаются сроки достижения мирового уровня отечественной техникой, экономятся затраты на проведение собственных научных исследований.

Можно отметить следующие особенности лицензионной торговли. Во-первых, при заключении лицензионных соглашений сохраняется право собственности на предмет соглашения за лицензиаром, если при этом не продается патент. Во-вторых, наблюдается срочный характер лицензионного соглашения. В-третьих, лицензионное соглашение имеет территориальный характер действия, то есть исключается право использования лицензии или продукции, созданной на ее основе, для отдельных стран, в которых применяемые изобретения не запатентованы. В-четвертых, оговариваются специальные условия о ноу-хау, не обеспеченных патентной защитой. В-пятых, используются специфические формы расчета между продавцом лицензии и ее покупателем-лицензиатом [10].

Нами был проведен анализ инновационно активных предприятий в России и по Владимирской области относительно трансфера технологий. В ходе исследования были выявлены следующие основные тенденции в трансфере технологий. В России в 2012 году создано 1323 передовые производственные технологии. За последние четыре года (с 2009 по 2012 гг.) их количество увеличилось на 67,7%. Это позитивная тенденция. В 2012 году используются 191372 передовые производственные технологии. Наблюдается динамика роста использования передовых производственных технологий [9].

Во Владимирской области доля инновационно активных предприятий, приобретавших новые технологии, в общем количестве инновационно-активных предприятий составила 38,7% в 2012 году и 50% в 2011 году [3]. Наблюдается тенденция снижения доли на 11,3%. Количество приобретенных новых технологий составило 1898 единиц. Их число выросло в 2012 году на 7,3% по сравнению с 2011 годом. Количество приобретенных новых технологий в среднем на одном инновационно активном предприятии в 2012 году составило 79 единиц, в 2011 году – 68 единиц. Наблюдается позитивный рост данного показателя на 16,2%. Число организаций по области, создававших передовые производственные технологии, составило в 2012 году 4 единицы. За последние четыре года (с 2009 по 2012 гг.) их количество увеличилось на 33,3%. Число созданных передовых производственных технологий составило 7 единиц в 2012 году. За последние четыре года их количество выросло на 75% [3].

По оценкам наших экономистов, анализ технологических потоков из-за рубежа показал, что в среднем по промышленности России 60% приобретенного оборудования является иностранным и около 40% – российским. Таким образом, поток иностранных технологий подавляет развитие национального инвестиционного комплекса и прикладной

науки, создает реальную опасность возникновения технологической зависимости отечественной промышленности от зарубежных разработок [2].

Результаты анализа показывают, что российские предприятия закупают лицензии и технологическое оборудование за рубежом потому, что такого класса оборудование в России не производится. Важнейшим стимулом к приобретению иностранных технологий является то, что они позволяют выйти на мировой технологический рынок.

Из-за технологического отставания гражданского сектора промышленности острой является проблема адаптации иностранных технологий к условиям эксплуатации в России. Большинство предприятий с иностранными технологиями не могут найти поставщиков комплектующих, сырья, материалов необходимого качества, они сталкиваются с трудностями при переобучении персонала, не могут найти научную организацию для адаптации иностранных технологий [2].

Выделим основные предложения относительно дальнейшего развития трансфера технологий, которые сделают инновационную политику более привлекательной и эффективной.

На наш взгляд, необходимо развивать международный трансфер технологий и разработать механизмы государственного регулирования данного процесса. Для этого на ряд сегментов внутреннего технологического рынка возможен допуск иностранных фирм. Одновременно необходимо создавать льготы потребителям отечественной техники, а также ее производителям, стимулировать внутренний спрос. Для увеличения экспортного потенциала промышленности следует переходить на мировые технологические и экологические стандарты.

Иностранные технологии нуждаются в адаптации к условиям эксплуатации в России. Необходимо также уделять большое внимание межотраслевым проблемам адаптации и внедрения иностранных технологий. Целесообразна разработка специальных межотраслевых инновационных программ в этой области.

Также в России необходимо внедрять и использовать технологии двойного назначения. Такие технологии можно применять как в оборонно-промышленном комплексе, так и для производства гражданской продукции. Большое значение имеет реализация критических (базовых) технологий в основных отраслях. Они значительно повышают эффективность производства и конкурентоспособность продукции, обеспечивают переход к новому технологическому укладу.

Государство должно поддерживать инфраструктуру трансфера технологий. Для этого следует организовать отраслевые и региональные центры передачи технологий [2].

Таким образом, рынок инноваций в России находится на стадии развития, имеет реально существующую инфраструктуру, основан на объектах интеллектуальной собственности и разнообразных формах передачи новых технологий.

Для дальнейшего совершенствования рынка инноваций необходимо выполнение следующих условий: осознание необходимости рынка инноваций; удовлетворение спроса на инновации; государственная поддержка инновационной деятельности; применение эффективных методов управления инновациями; подготовка высококвалифицированных специалистов в данной области.

В заключении отметим, что активизировать инновационную деятельность призваны интеллектуальная собственность (далее – ИС) и рынок инноваций. На формирование современного экономического механизма инновационной деятельности большое влияние оказывает институт ИС. ИС стимулирует и активизирует рынок новшеств, создает условия для творчества отдельных лиц и трудовых коллективов, ускоряет использование новшеств, развивает международные экономические связи по обмену инновациями.

Литература

1. Валдайцев С. В. Антикризисное управление на основе инноваций. М. : ТК Велби, Проспект, 2005. 312 с.
2. Гапоненко Н. Инновации и инновационная политика на этапе перехода к новому технологическому порядку // Вопросы экономики. 1997. № 9. С. 84–97.
3. Инновационная деятельность организаций Владимирской области в 2012 году. Стат. бюллетень. Владимир : Владоблстат, 2013. 46 с.
4. Инновационный менеджмент / Под ред. С. Д. Ильенковой. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 327 с.
5. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации (часть четвёртая Гражданского кодекса РФ) : федер. закон Рос. Федерации от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ. URL: <http://www.rg.ru/2006/12/22/grazhdansky-kodeks.html> (дата обращения 01.10.2014).
6. Преобразование научно-инновационной сферы в регионе: понятийный аппарат / под ред. А. Е. Когута. СПб. : РАН, 1995. 90 с.
7. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: пер. с венг. М. : Прогресс, 90. 296 с.
8. Управление исследованиями, разработками и инновационными проектами / под ред. С. В. Валдайцева. СПб. : Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та, 1995. 208 с.
9. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 01.10.2014).
10. Щуков В. Н. Экономика инноваций. Организация и управление инновационной деятельностью. Иваново : Изд-во Ивановского гос. ун-та, 2002. 102 с.

УДК 351/354:004

Шамиев И.Д.
Shamiev I.D.

**ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО: ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ
МЕЖВЕДОМСТВЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ
В ЭЛЕКТРОННОЙ ФОРМЕ**

**ELECTRONIC GOVERNMENT: PROBLEMS OF INTERAGENCY COOPERATION
IMPLEMENTATION AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT
OF PUBLIC AND MUNICIPAL SERVICES IN ELECTRONIC FORM**

В статье описаны проблемы, возникающие при организации предоставления государственных и муниципальных услуг через многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг в части осуществления межведомственного электронного взаимодействия с органами государственной власти, охарактеризованы возможные пути их решения, а также перспективы развития предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме, в том числе с использованием универсальных электронных карт.

The article describes some problems arising at providing public and municipal services through multi-functional centers for supplying public and municipal services in the sphere of interdepartmental electronic interaction with public authorities; suggests some possible ways of their solution; as well as presents the prospects of public and municipal electronic services' development, including the use of universal electronic cards.

Ключевые слова: государственные услуги, муниципальные услуги, многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг, универсальная электронная карта, межведомственное электронное взаимодействие.

Key words: public services, municipal services, multipurpose center for supplying public and municipal services, universal electronic card, interdepartmental electronic interaction.

Данная статья подготовлена на основании наблюдений за организацией процесса предоставления государственных и муниципальных услуг в муниципальном казённом учреждении «Многофункциональный центр оказания государственных и муниципальных услуг» (г. Мегион) (далее – МКУ «МФЦ»).

Развитие и широкое применение информационных технологий является глобальной тенденцией мирового развития и научно-технической революции в современный период. Применение этих технологий имеет большое значение для повышения конкурентоспособности экономики, расширения возможностей её интеграции в мировую систему хозяйства, повышения эффективности государственного управления и местного самоуправления [1].

В настоящее время деятельность органов государственной власти и местного самоуправления направлена на повышение качества предоставления государственных и муниципальных услуг, увеличение их выбора, а также использование оптимальных способов организации предоставления государственных и муниципальных услуг.

Предоставление государственных и муниципальных услуг в электронной форме – это, в первую очередь, возможность пройти все этапы (от ознакомления с информацией об

услуге до получения результата ее предоставления посредством электронных коммуникационных средств) гражданином самостоятельно.

Исходя из этого, можно отметить, что создание электронного правительства должно обеспечить не только более эффективное и менее затратное администрирование, но и кардинальное изменение взаимоотношений между обществом и органами власти, что может в последующем содействовать совершенствованию демократии и повышению ответственности власти перед народом.

Можно выделить две основные проблемы, с которыми сталкиваются сегодня в своём развитии сервисы электронного правительства в стране.

Первая из них состоит в недостаточном распространении среди граждан электронной подписи – как простой, так и квалифицированной, что обусловлено сложностью её получения. Одним из вариантов решения этой проблемы стал проект «Универсальная электронная карта» (далее – УЭК). УЭК – это ключ доступа к широкому спектру электронных услуг и сервисов. УЭК выпускается и выдается в пользование гражданину Российской Федерации бесплатно. УЭК – это материальный носитель, где в графической и электронной формах содержится определенный законодательством объем информации о пользователе, в частности: персональные данные гражданина, страховой номер индивидуального лицевого счета в системе обязательного пенсионного страхования, номер полиса обязательного медицинского страхования, данные электронного банковского приложения и (при технической возможности) электронная подпись.

Активно к выпуску УЭК в субъектах Российской Федерации, в частности в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре, приступили с 01.01.2013 г. В качестве центров приема заявлений и выдачи УЭК в муниципальных образованиях автономного округа были привлечены многофункциональные центры. Так, с 01.03.2014 г. и по настоящее время в МКУ «МФЦ» поступило более 900 заявлений о предоставлении в пользование УЭК.

Вторая проблема состоит в том, что сегодня ни одна услуга из представленных на Едином портале государственных и муниципальных услуг не оказывается «в электронном виде» в прямом смысле этого слова – то есть полностью дистанционно, без личного присутствия заявителя, а те, что оказываются, не являются услугами в полном смысле этого слова, а являются информационными сервисами. Отсутствие единой методологии перевода государственных и муниципальных услуг в электронный вид – одно из основных препятствий в переходе к электронному взаимодействию с органами государственной власти [2].

В результате процесс перевода услуг в электронный вид свёлся в большинстве регионов к разрозненным действиям по заполнению реестров услуг, разработке упрощённых сервисов, поверхностной формализации административных процедур.

Решением данной проблемы могут и должны стать:

1. Централизация процесса проектирования и внедрения единой модели данных.
2. Контроль над организацией межведомственного взаимодействия на уровне органа исполнительной власти и органа местного самоуправления.
3. Типизация наименования и процесса предоставления государственных услуг субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

Еще одной немаловажной проблемой развития процесса предоставления государственных и муниципальных услуг является отсутствие на федеральном уровне единых форматов генерирования запросов в рамках межведомственного электронного взаимодействия, что приводит к ситуации, когда ряд федеральных ведомств по-прежнему требует наличия особых уникальных форматов электронной подписи, что влечет за собой необходимость закупки разнообразных (другого формата) лицензий на выдачу подписей и проведение работ по их генерации.

Кроме того, реальное число работающих сервисов автоматической обработки запросов в рамках системы межведомственного электронного взаимодействия (далее – СМЭВ) у

федеральных органов власти ограничено. На практике видно, что с целью минимизации предоставляемого заявителем пакета документов при личном обращении за предоставлением услуг многофункциональный центр или орган власти должен самостоятельно запросить ряд сведений, содержащихся в автоматизированных информационных базах органов власти. Сегодня только лишь незначительный объем информации возможно получить по каналу СМЭВ, как например, номер СНИЛС или выписку из единого государственного реестра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

В завершение хочется обратиться к статистическим данным в области развития электронного правительства в масштабах всего мира. Основным показателем, оценивающим эффективность проводимых мероприятий, является место государства в индексе развития электронного правительства ООН. Департамент экономического и социального развития ООН публикует отчеты (E-Government Readiness Report) [3], характеризующие потенциал и возможности развития электронного правительства в мире.

Так, в 2012 году Российская Федерация заняла 27 место в рейтинге, переместившись за последний год на 32 позиции вверх.

Несмотря на такой резкий скачок в рейтинге, при переходе на предоставление услуг в электронном виде отмечаются проблемы правового регулирования и технологического обеспечения процесса предоставления услуг.

Основным препятствием к переходу на электронные услуги служит наличие в нормативных правовых актах, регламентирующих предоставление услуг, норм, обязывающих Заявителя предоставлять документы на бумажных носителях.

Если процесс подачи заявления в электронном виде представляет собой заполнение интерактивной формы, то прикрепление иных документов осуществляется в виде сканированных образов. В этом случае возникает проблема с проверкой подлинности и юридической значимости документа, так как, в частности, возможна подделка документов. Даже применение электронной подписи не свидетельствует о подлинности направленных в электронной форме документов и об их соответствии бумажному носителю.

Дополнительным препятствием при переходе на электронные услуги является, в первую очередь, низкий уровень готовности населения к новым формам общения с властью.

Немалую долю в общем объеме государственных и муниципальных услуг составляют услуги социальной сферы, направленные на поддержку пенсионеров, инвалидов, многодетных родителей, малоимущих и других социально незащищенных категорий граждан, у которых зачастую просто отсутствует возможность электронного обращения в органы власти.

Кроме того, граждане недостаточно информированы о возможности обратиться за государственными и муниципальными услугами в электронной форме. Существующие нормы в законодательных актах, препятствующие приему документов в электронной форме, не способствуют сокращению количества личных приемов в органах власти при получении услуг, что также влияет на готовность граждан и организаций к электронным услугам.

Затрудняет обращение за информацией и услугами многоуровневая система порталов государственных и муниципальных услуг. Практически каждое муниципальное образование имеет свой официальный сайт, где содержится информация об услугах и размещаются электронные формы заявлений, кроме того, подобный портал услуг имеется и на региональном уровне, и на федеральном – Единый портал государственных и муниципальных услуг.

Разная степень информатизации и бюджетной обеспеченности в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях также оказывает влияние на процесс перехода к электронному правительству. Выравнивания этого процесса возможно достигнуть путем перераспределения субсидий из федерального бюджета.

С учетом того, что многие развитые страны начали процесс внедрения электронного правительства задолго до разработки подобных мероприятий в России, применение успешных практик зарубежных стран становится необходимым фактором достижения целей электронного правительства, предупреждения возможных проблем информатизации органов власти и развития информационного общества.

Литература

1. Вишняков В. Г. Правовые проблемы развития электронного правительства в Российской Федерации // Образование и право. 2012. № 4. С. 7–24.
2. Электронные госуслуги: озвучены проблемы и планы развития до 2015 г. // ПЛАС : сетевой журнал. URL: <http://www.plusworld.ru/daily/elektronnie-gosuslugi-ozvucheni-problemi-i-plani-razvitiya-do-2015-g/> (дата обращения: 08.01.2014).
3. United Nations e-Government Survey 2012. E-Government for the People // Department of Economic and Social Affairs. Division for Public Administration and Development Management. 2012. URL: www2.unpan.org/egovkb/datacenter/CountryView.aspx (дата обращения: 08.01.2014).

УДК 338.436.33:635.21(571.13)

*Погребцова Е.А.**Pogrebtsova E.A.*

**ОВОЩЕКАРТОФЕЛЬНЫЙ ПОДКОМПЛЕКС ОМСКОЙ ОБЛАСТИ:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ
И ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРОГРАММЫ ЕГО РАЗВИТИЯ**

**POTATO-PRODUCTIVE SUBCOMPLEX OF THE OMSK REGION: CURRENT
STATUS AND STATE PROGRAMMES OF ITS DEVELOPMENT**

Показаны особенности овощекартофельного подкомплекса в Омской области. Представлены основные производители и рассмотрены государственные программы.

The article deals with the features of potato-productive subcomplex in the Omsk region. It gives information on the main producers and state programmes.

Ключевые слова: картофельный подкомплекс, производители в регионе, государственные программы.

Key words: potato-productive subcomplex, producers in the region, the state program.

Правительство Омской области особое внимание уделяет производству овощей, что связано с обеспечением населения высококачественной продукцией. По объему производства картофеля Омская область занимала 25-е место в Российской Федерации и 3-е место в Сибирском федеральном округе, по объему производства овощей – соответственно 22-е и 8-е места. Объемы производства картофеля за рассматриваемый период снизились на 18,2%, а овощей – на 26,4% (табл. 1).

Таблица 1

Показатели производства овощей в Омской области [2]

Показатель	2011 г.				2012 г.			
	Всего	органи- зации	КФХ	ЛПХ	Всего	органи- зации	КФХ	ЛПХ
Площадь, тыс. га								
- картофеля	46,7	1,8	1,7	43,2	45,7	2,1	2,5	41,1
- овощей	10,6	1,3	1,1	8,2	9,9	0,8	0,9	8,2
Структура по площади, %								
- картофеля	100	3,9	3,6	92,5	100	4,6	5,5	89,9
- овощей	100	12,3	10,4	77,3	100	8,1	9,1	82,8
Валовой сбор, тыс. т								
- картофеля	908,4	44,4	29,0	834,9	477,7	34,7	28,3	414,7
- овощей	301,7	38,4	17,4	245,9	222	30,9	9,7	181,4
Структура по сбору, %								
- картофеля	100	4,9	3,2	91,9	100	7,3	5,9	86,8
- овощей	100	12,7	5,8	81,5	100	13,9	4,4	81,7
Урожайность, ц/га								
- картофеля	194,7	262,1	166,2	193,2	104,9	164,8	119,7	101,0
- овощей	285,4	243,2	209,9	298,8	214,8	232,2	122,5	222,1

Примечание: КФХ – крестьянские (фермерские) хозяйства, ЛПХ – личные подсобные хозяйства.

В 2011 году производство картофеля увеличено на 1 млн. тонн (18,9%), посевов – на 2,1 тыс. га (4,6%). Посевные площади картофеля в области составили более 45 тыс. га, валовой сбор около 750 тыс. т при урожайности 170 ц/га. При этом следует отметить, что 2012 г. из-за погодных условий стал неурожайным для данной культуры, всего 104,9 ц/га, а валовой сбор – 477,7 тыс. т. Таким образом, производство картофеля на душу населения в 2011 г. составило 460 кг, а в 2012 г. – всего 242 кг. Однако за рассматриваемый период урожай картофеля полностью обеспечил население региона (потребление составляет 150 кг в год), излишки вывозятся в другие области России.

Более 90% картофеля выращено населением Омской области. В основном это связано с тем, что личные подсобные хозяйства пытаются обеспечить себя вторым хлебом и дополнительным доходом. Следует отметить, что население не соблюдает агротехнологию возделывания. В результате корнеплоды болеют, выходят в парше, в частности, ризоктониозе. В Омской области массово не обрабатывают поля от вредителей. Колорадского жука личные подсобные хозяйства собирают вручную, что привело к его распространению. Естественно, что далеко не все личные подсобные хозяйства покупают семенной картофель через каждые пять лет. В основном они пытаются самостоятельно сохранить сорт (сушат и выбирают лучшую фракцию клубней для посадки). Это приводит к постепенному вырождению сортов картофеля.

Аналогичная ситуация наблюдается и по выращиванию овощей. Население Омской области в 2012 г. выращивало капусты на 1577 га, огурцов – на 989 га, помидоров – на 2007 га, свеклы – на 440 га, моркови – на 740 га, лука – на 827 га, чеснока – на 445 га, тыквы – на 298 га, кабачков – на 222 га. При этом производство овощей на душу населения уменьшилось за рассматриваемый период с 153 до 112 кг.

В Омской области профессиональным выращиванием картофеля занимается только несколько хозяйств. В 2012 г. в СПК «Тепличный» урожайность составила 253 ц/га, в ФГУП «Омское» – 238 ц/га, в ООО «Сибagroхолдинг» – 204 ц/га, в СПК «Пушкинский» – 200 ц/га. При использовании орошения урожайность картофеля в хозяйствах Омской области составляет более 300 ц/га (по отдельным сортам – 500 ц/га). ОПХ «Омское» занимается выращиванием элитного семенного картофеля сорта Невский. ЗАО «Тепличный» с 2011 г. выращивает семенной картофель, используя инновационную технологию – меристемный способ. Микрорастения привезены из Московского Всероссийского научно-исследовательского института картофельного хозяйства им. А.Г. Лорха. Суперэлита будет продаваться с 2014 г. В СПК «Пушкинский» из 310 га площадей, занятых под картофель, 259 га являются орошаемыми. Соблюдение агротехнологии и полив позволили в 2009 г. получить урожайность 454 ц/га. Выращивают немецкие сорта Розара, Каратопон, Розалинд, Хозяюшка (высокая урожайность, хорошая сохранность, прекрасные вкусовые и товарные качества).

Крупными производителями овощей открытого и закрытого грунта в области являются шесть предприятий: ЗАО «Тепличный», ООО «Сибagroхолдинг», «ООО Золотая Чаша», ООО «Утренний снег» Омского района, ООО «Таврический тепличный комбинат» Таврического района и ООО «Восход» Калачинского района. При этом следует отметить, что 4 предприятия расположены вне г. Омска, что позволяет реализовывать овощи на рынках. Так, ЗАО «Тепличный» и ООО «Сибagroхолдинг» имеют свои собственные торговые точки на рынках города и активно участвуют в Омской Губернской сельскохозяйственной ярмарке. Они выращивали в 2012 г. капусту на 474 га, морковь – на 131 га, лук на репку – на 72 га. Крестьянские (фермерские) хозяйства также отдают предпочтение данным культурам: капуста выращивалась на 129 га, свекла – на 337 га, морковь – на 347 га.

Организации, осуществляющие закупки для государственных и муниципальных нужд, на торгах устанавливали на картофель и овощи среднюю цену соответственно 26166 и 10029 руб./т в 2011 г., продавали оптовикам и на рынках – соответственно по 7049 и

17875 руб./т, а населению – соответственно по 3944 и 4593 руб./т. В 2012 г. цена реализации овощей оптовым покупателям снизилась на 3,5% (17254 руб./т), а населению увеличилась на 79,4% и достигла 8240 руб./т. Средняя цена реализации картофеля снизилась на 14% и составила 5823 руб./т, оптовым покупателям – снизилась на 17,5% (5810 руб./т), а населению – увеличилась на 84,7% и достигла 7285 руб./т.

Цена на картофель формируется под воздействием:

1. Природно-климатического фактора, т. е. когда урожайность высокая, то цена падает и наоборот. Так, в 2010 г. была засуха и пожары в европейской части России, на Алтае. В Омской области была высокая урожайность и резко подскочили закупочные и розничные цены на картофель.

2. Затрат самого производителя и услуг посредника, который скупает картофель, а также запросов продавца. Например, стоимость на рынках составляет 20–25 руб./кг, перекупщик выставит цену никак не выше половины рыночной. Население, в основном, излишками произведенного картофеля кормит личный скот (65–70%), остальное реализует перекупщикам. Последние принимают картофель по 5–6 руб./кг, а затем реализуют его на рынках г. Омска. Перекупщики, приезжая в села, предлагают бартер: картошка в обмен на сахар, муку, растительное масло или фрукты. В районных поселках цена выше и расчет производится деньгами.

3. Наличия хранилища, которое оборудовано вентиляцией и системой охлаждения. Это связано с тем, что нужно сохранить клубни до середины следующего лета (осенью и зимой цены на картофель минимальны).

Для того чтобы поддержать сельскохозяйственные предприятия и наметить основные направления развития сельского хозяйства, было принято постановление «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Омской области на 2013–2020 годы». Ожидаемые результаты реализации программы: постепенное повышение производства овощей с 220 тыс. т до 285 тыс. т (на 29,5%), из них овощей закрытого грунта – с 5,8 до 11,8 тыс. т (в 2 раза), плодоовощных консервов – с 45 до 52,0 млн. условных банок (на 15,6%), картофеля с 650 до 820 тыс. т. (на 26,2%) (табл. 2).

Таблица 2

Индикаторы реализации госпрограммы развития сельского хозяйства [1]

Показатель	Год								
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Валовой сбор, тыс. т									
- картофеля	650	810	818	820	820	820	820	820	820
- овощей	220	277	275	278	280	283	285	285	285
в т. ч. закрытого грунта	5,8	8,2	11,1	11,8	-	-	-	-	-
Уд. вес зимних теплиц нового поколения, %	23	26	40	49	-	-	-	-	-
Производство консервов, млн. усл. банок	45,0	47,5	48,0	48,3	48,6	49,0	49,7	50,2	52,0

Повышение продуктивности картофеля возможно с помощью внедрения высокоурожайных сортов, адаптированных к местным природным условиям. Потенциал этих сортов по урожайности высок и достигает 400 ц/га. На омский рынок каждый год поставляют около 60 т семенного картофеля. Однако не каждый производитель картофеля

задумывается о семенном материале. Специалистами филиала ФГБУ «Россельхозцентр» по Омской области за осенний период 2012 г. было проанализировано 2,1 тыс. т семенного картофеля. По их данным, заражение клубней болезнями в 2012 г. ниже, чем в 2011 г., но увеличился процент механических повреждений, по качеству клубни соответствуют требованиям ГОСТа.

Государственная поддержка строительства, реконструкции и модернизации хранилищ картофеля будет осуществляться посредством предоставления субсидий за счет средств бюджета по созданию товаропроводящей инфраструктуры и расширению рынков сбыта картофеля. В Омской области нет картофелеперерабатывающего предприятия, что связано с отсутствием проблем со сбытом и с высокой конкуренцией продукции переработки (более 98% картофеля покупается в свежем виде).

Технология выращивания овощей в закрытом грунте предполагает высокую себестоимость, так как высоки затраты на производство и содержание теплиц. На территории Омской области хозяйства используют теплицы ангарного типа более 30 лет, что обуславливает их моральный и физический износ. Естественно, что наблюдалась тенденция снижения производства овощей закрытого грунта, так как продукция оказывалась на рынке неконкурентоспособной (табл. 3).

Таблица 3

Показатели производства овощей закрытого грунта в области [2]

Показатель	2011 г.				2012 г.			
	Пло- щадь, тыс. м ²	Собрано овощей, ц			Пло- щадь, тыс. м ²	Собрано овощей, ц		
		Всего	В том числе			Всего	В том числе	
			поми- доров	огур- цов			поми- доров	огур- цов
Теплицы:								
- зимние	202,2	54609	46495	7991	194,1	67262	57420	7408
- весенние	341,4	19582	8989	10532	410,5	22609	16091	6265
Утепленный грунт	810,4	30132	16791	13340	982,6	40219	21709	18159
Всего	х	104322	72275	31863	х	130089	95220	31833

Решить данную проблему возможно с помощью подпрограммы «Развитие овощеводства закрытого грунта». Выполнение подпрограммы позволит обеспечить: рост объемов производства овощей закрытого грунта с 5,8 до 11,8 тыс. т; увеличение площади зимних теплиц с 20,2 до 34,2 га за счет ввода теплиц нового поколения; увеличение средней урожайности овощных культур до 36,8 кг/м²; увеличение к 2020 году численности работников на 210 человек по сравнению с 2012 годом; увеличение выручки от реализации продукции овощеводства закрытого грунта зимних теплиц с 174,6 до 416,0 млн. руб. в 2015 году.

Реализация программы в Омской области позволила увеличить производство овощей закрытого грунта в зимних теплицах с 54609 до 67262 ц, в весенних теплицах – с 18583 до 21667 ц, в утепленном грунте и в посевах под пленками – с 29922 до 40219 ц.

Проводимые исследования позволяют сделать следующие выводы:

1. В Омской области происходит формирование конкурентоспособной овощеводческой отрасли с помощью действующих государственных программ. При этом область остаётся крупнейшим производителем овощей в Российской Федерации.

2. Высокие цены на горюче-смазочные материалы, низкие цены на продукцию, финансовые затруднения, большая доля ручного труда являются факторами, сдерживающими деятельность крупных хозяйств. Следовательно, основной производитель овощной продукции – это население области.

3. В Омской области отсутствует картофелеперерабатывающее предприятие, так как не возникают проблемы со сбытом.

Литература

1. Омская губерния. Портал Правительства Омской области. URL: www.omskportal.ru (дата обращения 26.10.2014).
2. Растениеводство Омской области : стат. сб. Омск, 2013. 87 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ

УДК 94(571.12)(091 Ермак)

Солодкин Я.Г.
Solodkin Ya.G.

ГИБЕЛЬ ЕРМАКА: ПОКАЗАНИЯ И УМОЛЧАНИЯ ИСТОЧНИКОВ

YERMAK'S DEATH: EVIDENCE AND RETICENCE IN THE SOURCES

Исследование осуществлено в рамках исполнения государственных работ в сфере научной деятельности, задание № 2014/801.

Смерть Ермака, которая привела к скорому возвращению русских из Сибири, получила разностороннее отражение в нарративных памятниках, главным образом летописных, и устной традиции. Московская версия гибели прославленного атамана запечатлелась раньше всего в «Кратком описании о Сибирстей земли ...» и зависимом от его протографа Новом летописце старшей редакции. Эта версия повлияла и на некоторых сибирских летописцев, но тобольские книжники и переписчики их произведений в изображении обстоятельств кончины предводителя русской «дружины», разгромившей ханство Кучума, следовали преимущественно синодику «Ермаковым казакам», а также прибегали к литературным штампам, восходящим к Хронографу. В устной традиции, сложившейся прежде летописной, – и казачьей, и татарской (последняя вскоре стала известна калмыкам), – появился ряд подробностей смерти атамана, зачастую легендарных.

Yermak's death, which precipitated the retreat of the Russian troops from Siberia, was comprehensively reflected in the narrative sources, mainly in chronicle writing, as well as in folklore. The earliest presentation of the official Muscovite version of the celebrated Cossack warrior's death is recorded in *The Concise Description of the Siberian Land* and the latest edition of *The New Chronicle*, the latter being closely related to this *Description*'s original text. This version heavily influenced some Siberian chroniclers' activity. Although the Tobolsk-based chroniclers and copyists proceeded rather from the bead-roll of the Yermak Cossacks in the portrayal of the circumstances under which the Russian Cossack commander met his doom. Furthermore, they widely recurred to the text patterns typical for the Chronograph. The Cossack and Tatar folklore sources (the Tatar ones became known to the Kalmyks), prior to chronicle writing, conveyed the details of Yermak's death, the vast majority of which were disseminated as legends.

Ключевые слова: Ермак, Кучум, нарративные памятники, устная традиция, умолчания источников.

Key words: Yermak, Kuchum, narrative sources, folklore sources, reticence in the sources.

Смерть Ермака, побудившая его соратников, пусть и не сразу, вернуться на «Русь», получила отражение, хотя весьма противоречивое [12], уже в первых памятниках русской книжной культуры Сибири. Еще ранее о гибели знаменитого атамана было сказано в источнике (видимо, московского происхождения) «Краткого описания о Сибирстей земли...» (далее – КО), а следом под влиянием этой повести, скорее всего, написанной в последние месяцы 1620 г., – в сложившемся в придворных кругах Новом летописце старшей редакции (далее – НЛ).

Согласно появившемуся, возможно, в связи с учреждением Тобольской архиепископии протографу КО, заночевавших на пути к Вагаю «в прелеве», или проливе (водотоке, располагавшемся, по определению А.В. Матвеева, у большой излучины Иртыша, чуть ниже устья Вагая [2, с. 529, 533, 536, 537, 542]), или на острове «Ермака и казаков (хан Кучум. – Я. С.) поби», спастись удалось лишь одному из русских, который «утече в город (Сибирь либо Кашлык. – Я. С.) к воеводе (И. Глухову. – Я. С.) с вестию» [23, с. 74; 30, с. 309 – 310; см. также: 7, с. 4 – 22; 35, с. 109 – 132]. Создатель НЛ повторил это сообщение, только добавив (если не располагал списком протографа КО с таким чтением), что «кучумляне» перебили всех «православных воев» [24, с. 34; ср.: 23, с. 73, 78, 138, 185, 189, 233]. В Москве об этом могли узнать от «ермаковых казаков», очутившихся там после гибели своего предводителя, или зимой 1584–1585 гг. (тогда «станция» головы И.С. Киреева и атамана И. Грозы привезла к «царскому порогу» плененного на Вагае Маметкула, приходившегося Кучуму племянником), или осенью 1585 г., когда в столицу под началом головы И.В. Глухова явились «остальцы» – менее сотни участников зауральской эпопеи, а не исключено, и позднее. (Утверждение, что тексты, «привязывающие место гибели Ермака к Вагаю», «сложились только в последней четверти XVII в.» [15, с. 531], опровергается, если вспомнить о протографе КО, НЛ, а также синодике «ермаковым казакам» (далее – С) и Есиповской летописи (далее – ЕЛ). Мнение же, что, по НЛ, конец экспедиции оказался бесславным, «собственная беспечность привела атамана и большую часть его отряда к гибели на Вагае» [3, с. 15], представляется односторонним. Ведь на уцелевших ермаковцев царь Федор «не опалился», а тотчас послал в Сибирь служилых людей для «поставления» городов, воспользовавшись тем самым достигнутыми «воровскими» казаками победами над Кучумом).

«Скаска» соратников Ермака, отложившаяся, видимо, в архиве Посольского приказа, со временем, надо думать, попала в распоряжение анонимного книжника, по официальному поручению сочинившего протограф КО. Едва ли не благодаря казакам, «взявшим» «за саблю» Сибирское ханство, этому книжнику стало известно о татарине-смертнике, дважды побывавшем в стане ермаковцев, дабы убедиться, что они непробудно спят и, стало быть, их можно без труда умертвить. «Сказочный анекдот» (так его оценил С.В. Бахрушин, с которым согласны и Р.Г. Скрынников, Е.К. Ромодановская, В.В. Блажес) о ханском лазутчике, по-видимому, возник в Кашлыке сразу после гибели «русского князя», едва не одолевшего Кучума. Р.Г. Скрынников вслед за С.В. Бахрушиным утверждал, что в русских летописях отразились татарские предания о смерти Ермака. А.В. Матвееву казалось, что о татарине, в дождливую ночь по заданию Кучума проникшем в расположение казаков, узнали из местного фольклора создатели не ЕЛ и почти синхронной ей Строгановской летописи (далее – СЛ), а более поздних сочинений этого жанра [16, с. 132; 31, с. 190, и др.]. Однако данная «туземная легенда» (по определению С.В. Бахрушина) приводится уже в протографе КО и НЛ.

В самом раннем из дошедших до нас памятнике русской сибирской книжности XVII в. – С, в основу которого, по свидетельству «архиепископля» дьяка Саввы Есипова, легло «написание» (далее – Н) ветеранов экспедиции 1582–1585 гг. за «Камень», говорится о том, что «ратоборный» атаман «с невеликою своею дружиною» разбил лагерь «на перекопи» «близ Вагайского устья», «нечестивые» же ночью внезапно (как, заметим, и у Абалака) напали на казачьи «станы», где семеро, включая Ермака, были «побиты», другие «ужаснушася ... и в бегство предложишася». В той редакции С, которая возникла при тобольском «первопрестольнике» Киприане, нет (о чем писала Л.С. Соболева) деталей гибели «наставника» «русского полка». В С же из заключительной главы ЕЛ читаем о ночевке казаков на перекопи у реки Вагая и «избиении» «погаными» Ермака и всех его сподвижников [23, с. 72, 90, 128, 188, 381; ср. с. 78, 125, 138; 28, с. 302; 33, с. 305], т. е. о спасении части их теперь не говорится. В относительно позднем Бузуновском летописце (далее – БЛ) тоже утверждается, что Кучум «без остатку» «поби» Ермака и его

«товарство». В С из Томского вида Нарышкинской редакции Сибирского летописного свода (далее – СЛС), о чем в других «помянниках» Ермака «з братиею» умалчивается, сказано о гибели с прославленным атаманом сорока казаков [11. Примеч. 720; 23, с. 90, 117, 128, 188, 257, 314, 367], но, вероятно, переписчик данного С повторил приведенное им накануне свидетельство о судьбе Ивана Кольцо и его «товарищей».

В главе «О убиении Ермакове и прочих с ним казаков о[т] царя Куч[у]ма» умалчивается о том, что перекопъ, где остановились на ночлег уставшие после «многого пути» казаки, находилась возле Вагая, зато, как и в известном «слогателю» летописи «Сибирское царство и княжение, и о взятии, и о Тоболске граде» протографе КО, идет речь про отсутствие стражи в русском стане (многие исследователи, однако, находят, что караул был выставлен, но заснул [32, с. 259–260, и др.]) и спасение одного-единственного соратника бесстрашного атамана; налицо и новые подробности: Кучум «повеле тоя нощи», когда был «дождь велий», «крепко стрещи и многих тотар по многим местом розосла» («на караулы», как разъясняется одним поздним редактором), Ермак, видя, что на помощь никого из «товарищей» ему не приходится рассчитывать, т. е., надо думать, оставшись в одиночестве, побежал к своему стругу, уже отплывшему «от берега», но «понеже одеян [бе] железом, ... не дошед, утопе» [23, с. 63, 249]. Эти подробности, за исключением разве что последней, могли стать известны Есипову (либо его предшественнику – автору «писания» (далее – П), которое «распространил» софийский дьяк) от доживших до второй четверти XVII в. соратников «храброго смлада» атамана, слышавших рассказ единственного (по версии протографа КО) казака, избежавшего гибели во время ночной схватки на перекопи. Он, добравшись до Кашлыка, возможно, поведал и о том, что Ермак в этом бою пытался пробиться к стругу. Автор же «Повести о Сибири и о сибирском взятии», если не П, взялся объяснить, почему «велеумный» атаман, много раз побеждавший «агарян», не сумел попасть в струг, что давало надежду на спасение: тот отчалил от берега. (В БЛ упоминается о том, что струг стоял далеко от берега [30, с. 302]). Кроме того, владычный дьяк решил добавить, что Ермак «одеян бе железом». Эту версию гибели «покорителя Сибири» Е.К. Ромодановская склонна признать официальной, хотя ранее считала (о чем писал и В.Н. Евсеев) отражением народной легенды [4, с. 74; 14, с. 366; 26, с. 114]. Такая оценка не может считаться основательной [34, с. 108–111; 36, с. 23; 37, с. 282. Примеч.; 38, с. 140–143]. По наблюдениям самой Е.К. Ромодановской, выражение «железом одеяны» есть в Хронографе Русском [14, с. 366; 26, с. 132, 218], к которому широко обращался создатель ЕЛ. Оно встречается и в рассказе Есипова о войске Кучума, сражавшемся с казачьей «дружиной» у Чувашева мыса [26, с. 53; см. также: 13, с. 160]. Официальное происхождение имела и первоначальная (в оценке Е.К. Ромодановской) редакция С, где о доспехе, помешавшем Ермаку спастись, даже не упоминается. Представление о панцире, в который был облачен «старейшина» казаков в своем последнем бою, должно считаться легендарным [32, с. 261, и др.], известие об этой «бронне», подчас двух, – одно из многочисленных «вымышленных обстоятельств» (по классификации Е.К. Ромодановской), встречающихся в ЕЛ.

Примечательно, что в ее 25-й главе, как и в концовке предыдущей, говорится об «убиении Ермакове з дружиною», в 26-й – о том, что «Ермак с товарищи на перекопи убиении быша». Об убийстве «славного» атамана речь идет и в названиях 24-й и 25-й глав, и в С, составляющем основную часть заключительной главы ЕЛ, а также в ремарках из Лихачевского вида этой летописи и ПЛ [23, с. 43, 62–64, 72, 125, 133; ср. с. 381]. Возможно, про умерщвление Ермака и его сподвижников сообщалось в П, Есипов же, допустив противоречие, соединил с данным свидетельством версию о том, что облаченный в «железо» атаман утонул.

На взгляд Р.Г. Скрынникова, тогда погибло всего несколько казаков, основной части «дружины» удалось вернуться со злополучной перекопи в город Сибирь [32, с. 260, 262]. Видный ученый исходил из того, что в С названы лишь Ермак и шесть его

«товарищей», которые пали в бою поблизости от иртышского притока. Однако спустя без малого четыре десятилетия, в пору составления Н (явившегося главным источником С), ветераны «Сибирского взятия» могли вспомнить только тех соратников, которые были там перечислены, а об остальных, вероятно, забыли.

По убеждению Р.Г. Скрынникова, никто не спал в доспехах, их одевали перед боем. Но в кратковременном походе могло быть и иначе.

Рассказ софийского дьяка о гибели «наставника» казаков повторен во вторичных разновидностях ЕЛ. Лишь в Абрамовском летописце (далее – АЛ) вдобавок сообщается, что атаман утонул в Иртыше. Об этом сказано и в позднем Описании Сибири, согласно которому Ермак угодил «в ярь в глубокое место» и «пойде ко дну, аки камень» [23, с. 87, 95–96, 114, 185, 364; ср. с. 249–250, 310–311; 30, с. 377].

Мнение, будто в ЕЛ, СЛ, Погодинском летописце (далее – ПЛ) и Книге записной – старшей из сохранившихся редакций СЛС – умалчивается, «на какой именно реке находилась перекопь и стоянка отряда» Ермака [15, с. 529], не отличается точностью.

Обратим внимание на то, что посвященная бою неподалеку от устья Вагая 24-я глава ЕЛ стилистически близка к началу 13-й – «О пришествии во град (Сибирь. – Я. С.) атамана Е[рм]ака и прочих с ним». Кроме того, в первой из этих глав имеется формулировка «без всякого опасения», которая (либо подобные ей) встречается в сочинении Есипова еще дважды. Она налицо и в Летописной книге о Смутном времени [20, с. 396; 23, с. 55, 56, 62, 63], вторичной, как установлено И.Ю. Серовой, относительно того же источника, насыщенного выдержками из русского перевода Троянской истории, что и ЕЛ. Однако сближать описание Есиповым гибели Ермака с «безвестным «слогателем» Повести о Смуте – убийства Лжедмитрия II [29, с. 34] все же не приходится.

Во вторичных разновидностях ЕЛ лишь изредка содержатся дополнительные подробности нападения «кучумлян» на русский отряд поблизости от устья Вагая. В Румянцевском летописце (далее – РЛ) утверждается, что единственный из казаков, который тогда не погиб, «утече на судно», и тем самым объясняется, каким образом струг отошел от берега к моменту появления там Ермака. В ПЛ читаем, что атаман, прослывший среди соратников Токмаком, «не доплы струга», будучи в тяжелом панцире. Один из редакторов ЕЛ сообщил о «бродах мелких», которыми Кучум «прееха со множеством татар х казачьим станом», возможно, под влиянием КО или НЛ, а не исходя из «общей ситуации», как считала Е.К. Ромодановская [25, с. 277; 25, с. 56]. (Отсутствие «текстуальных совпадений» с НЛ, на что указывает исследовательница, вряд ли подтверждает ее заключение. К тому же однажды в Забелинском виде ЕЛ какой-то атаман, посланный Ермаком пленить Маметкула, называется подобно НЛ, да и КО, старейшиной [23, с. 112]).

В Забелинском виде «истории сибирской» Саввы Есипова также сказано, что хан «узре их (русских. – Я. С.) издалеча», заметим, глухой ночью, когда шел «дождь велик зело». (В АЛ говорится про «ветр велик»). В двух поздних редакциях ЕЛ подчеркнуто, что казаков перебили «во един час».

Согласно Лихачевскому виду есиповских «тетрадей», когда Ермак проснулся, то побежал к стругу; «поганные» к тому моменту «порубили» мечами всех казаков, кроме одного, который сумел скрыться [23, с. 34, 40, 114, 125, 135, 250, 311, 364]. (Вопреки утверждениям Е.А. Панишева и Е.А. Рябининой, в ПЛ мы не прочтем о том, что Ермак в роковом для него бою прикрывал, как думалось Р.Г. Скрынникову, отход товарищей [22, с. 467; 27, с. 59]. По мнению В.Н. Евсеева, об этом, только с указанием на удалявшиеся от берега струги, сказано в ЕЛ [10, с. 111]. Там, напомним, сообщается про один струг, который в разгар ночного боя атаман едва ли мог заметить).

В СЛ, восходящей с ЕЛ к единому протографу (скорее всего, тобольской летописи, сложившейся между 1622 и 1636 гг.), сообщается, – о чем в сочинении Есипова мы не прочтем, – что ермаковцы, так и не встретившие бухарских купцов на Вагае, заснули «в

станех в пологах», а «велехвалный» атаман не добрался до струга, т. к. он стоял слишком далеко. СЛ, в отличие от есиповской «гистории», сохранила, – что впервые привлекло внимание С.В. Бахрушина, – ссылку на источник рассказа, безусловно, вызывавшего у читателей особый интерес: «последи жь нецы глаголют от язык», т. е. сибирских татар [1, с. 27; 30, с. 37, 38, 102]. (Согласно СЛ по Афанасьевскому списку, Ермак погиб в ночь с 15 на 16 августа, т. е. на десять дней позже, чем уверяли почти все остальные летописцы). В СЛ по списку Толстого сказано, что, когда Ермак вступил на край струга, последний перевернулся [30, с. 83], иначе говоря, названа причина гибели предводителя «храбрых и крепких» казаков, на которую нет и намека в более ранних сочинениях.

На струг предводитель казаков «не може скочити: бе одеянь двема царскими (подаренными Иваном Грозным. – Я. С.) пансыри», – сказано в «Истории Сибирской» С.У. Ремезова (далее – ИС), где упоминается и про бегство Ермака от Кучума «на перекопе» [30, с. 343–344, 348, 434–435, 438]. (Следуя этой «Истории» или «Тобольскому летописцу», Г.Ф. Миллер полагал, что Ермак недопрыгнул до судна, стоявшего на каком-то удалении от берега).

Заключение, будто летописцы одинаково изображали гибель «непобедимого ратоборца», – так, как это сделано Есиповым [10, с. 17; 26, с. 114; 27, с. 59], получается, не вполне точно.

Так же, думается, следует оценить суждение Е.А. Рябининой, что в русском летописании смерть главного атамана «русского полка» в зауральском походе представлена «достаточно не героически», и взгляд Л.С. Соболевой, будто попытку Ермака уйти от врагов и его гибель в реке создатель РЛ считал проявлением воинской доблести и бесстрашия [27, с. 59; 33, с. 312; ср. с. 305].

В обнаруженной Е.К. Ромодановской редакции С (по мнению исследовательницы, первоначальной) смерть атамана, который, по словам С.У. Ремезова, был «велим мужьственъ и разумень ... и всякой мудрости доволен», приурочена к 6 августа. Ту же дату мы не раз находим в ИС [23, с. 381; 30, с. 341, 342, 354, 432, 444], автору которой, видимо, был доступен «помянник» атаманов и казаков этой редакции. В С же из концовки ЕЛ и ее 24-й главе, да и многочисленных произведениях, зависимых от «Повести о Сибири и о сибирском взятии», гибель Ермака отнесена к предыдущему дню. Возможно, в летопись владычного дьяка вкралась описка (в одной из рукописей ЕЛ, кстати, сообщается про 3 августа [23, с. 72. Примеч. 86]), тем более что 6 августа – это день Преображения Господня, а на 5 августа приходится, как читаем в СЛ и АЛ, «предпразнество Владычня Преображения Господа Бога и Спаса нашего Иисуса Христа» [23, с. 96; 30, с. 37]. («Отец сибирской истории» Г.Ф. Миллер, пытаясь совместить обе датировки, писал о смерти предводителя «храброй и единоклюнной дружины» в ночь с 5 на 6 августа 1584 г. Утверждение о смерти Ермака в ночь с 4 на 5 августа [19, с. 42] должно считаться неточным). В Кунгурском летописце (далее – КЛ), дошедшем до нас в составе ИС, говорится о том, что в ночь на 6 августа «прехрабрый» атаман выступил в поход, в начале которого пять дней безуспешно осаждал городок Кулары.

Приведенные свидетельства, часто расходящиеся друг с другом, А.В. Матвеев справедливо счел полулегендарными [15, с. 526–527]. Тем не менее они кажутся более правдоподобными, нежели записанные гораздо позднее татарские предания о гибели Ермака в единоборстве с дворецким Кучума Кучугаем (Кутугаем) во время «брани велией» в струге (приближенный хана якобы «прободе в гортань» своего соперника, вооруженного саблём) и убийстве «славного» атамана Куташем (Куташмарганом) либо батыром Темиром (последний, как рассказывали, поразил из лука «русского князя», когда тот, спасаясь от преследователей, плыл по реке) [21, с. 228; 22, с. 467; 32, с. 261–262; 41, с. 129]. (Ссылка на какую-то «Сибирскую летопись» за 1584 г. с известиями о неудаче похода Ермака на выручку бухарских купцов и его гибели «в боях с кучумовскими отрядами» [43, с. 90] по меньшей мере невразумительна).

Нередко утверждается, что перед смертью Ермак, проснувшись, убил несколько татар, получил ранение, выскочив из шатра, и прыгнул на край струга [5, с. 62; 8, с. 30; 9, с. 101; 28, с. 29; 40, с. 201; 42, с. 29]. Источники XVII в., которые нужно предпочесть более поздним, особенно фольклорным материалам или восходящим к ним, приведенные мнения не подтверждают [34, с. 108–111]. Из этих источников, однако, неясно, где заночевали ермаковцы – на берегу реки либо вдали от него, каким образом в кромешной тьме, да еще в проливной дождь, «кучумляне» подошли к казачьему лагерю, пытались ли атаман и его «товарищи» сопротивляться или их всех, может быть, за одним исключением, перебили спящими, старались ли воины сибирского «салтана» преградить Ермаку путь к реке и отогнать от берега, если не захватить, казачьи струги, только ли под прикрытием дождя, не позволившего казакам применить огнестрельное оружие, если они успели взяться за него (известно, что даже через столетие с лишним, в 1693 г., у озера Семикуля «воинские иноземцы» разгромили отряд дворянина В.П. Шульгина, «понеже в то время бысть дождь велий» [23, с. 104, 287, 341, 377]). Впрочем, повторенное многими сибирскими летописцами указание Есипова на ливень, во время которого подвергся неожиданному нападению казачий лагерь, – это, возможно, опять-таки «вымышленное обстоятельство», ведь сильный дождь не разбудил никого из ермаковцев и не помешал подойти к их «станам» «кучумлянам».

Описание Сибири и поздние иностранные источники (произведения И. Избранта, Н. Витсена и Д. Белла) сохранили сведения о том, что два стражника из казачьего лагеря были схвачены «кучумлянами», Ермак, будучи в двух панцирях, перепрыгнув через три лодки, попал в глубокое место реки и утонул либо погиб, перескакивая из одной лодки в другую, дабы сразиться с самим ханом [2, с. 487; 6, с. 21–22, 48; 30, с. 377].

Кто руководил татарами в схватке на перекопи в ночь с 5 на 6 августа 1584 г., считается неизвестным [17, с. 4]. По летописям, это Кучум либо еще и его бывший везирь Карача (Н.И. Никитин находит, что к тому времени они объединились [18, с. 86]), наконец, старший сын хана Али (Алей). Первой из этих версий следовало большинство сибирских книжников, две последние встречаются в СЛ по Толстовскому списку и КЛ соответственно. С точки зрения В.В. Трепавлова, однако, Али (об этом упоминается в ИС) кочевал на реке Абуге – правом притоке Тобола [39, с. 96].

КО и С (предшествующее этому «помяннику» Н до нас не дошло) склоняют к мысли П.И. Небольсина и Х. Атласи, что Ермак не утонул, а был убит – или во время нападения «кучумлян» на казачий лагерь (в первую очередь ханские воины, разумеется, стремились покончить с «храбросердым» атаманом), или же когда бросился в Иртыш.

Литература

1. Бахрушин С. В. Научные труды. М. : Изд-во АН СССР, 1955. Т. 3. Ч. 1. 376 с.
2. Встречь солнцу. М. : Молодая гвардия, 1987. 510 с.
3. Горюшкин Л. М., Миненко Н. А. Историография Сибири дооктябрьского периода (конец XVI – начало XX в.). Новосибирск : Сибирское отделение изд-ва «Наука», 1984. 318 с.
4. Евсеев В. Н. Специфика изображения казачьей дружины в Есиповской летописи // Казачество Сибири от Ермака до наших дней: история, язык, культура: мат-лы Всерос. научно-практ. конф (28 – 29 октября 2010 г.). Тюмень : Экспресс, 2010. С. 65–75.
5. Заварихин С. П. В древнем центре Сибири. М. : Искусство, 1987. 191 с.
6. Зиннер Э. П. Сибирь в известиях западноевропейских путешественников и ученых XVIII века. Иркутск : Вост.-Сиб. кн. изд-во, 1968. 247 с.
7. Источниковедческие и историографические аспекты сибирской истории: Колл. моногр. Нижневартовск : Изд-во Нижневарт. гос. гуманитар. ун-та, 2007. Ч. 2. 207 с.
8. История Сибири. Л. : Наука, 1968. Т. 2. 538 с.

9. История Сибири : уч. пособие / ред. З. Я. Бояршинова. – Томск: Изд-во Томск. ун-та, 1987. 472 с.
10. Казаки Тюменского региона от Ермака до наших дней (краткий очерк). Тюмень : Экспресс, 2010. 136 с.
11. Карамзин Н. М. История Государства Российского. М. : Книга, 1989. Кн. 3. Т. 9. 184 с.
12. Кружинов В. М., Сокова З. Н. Последнее сражение Ермака: исторические источники и исследования // Вестн. Тюмен. гос. ун-та. 2007. № 1. С. 149–157.
13. Летописи сибирские. Новосибирск : Новосибирское книжное изд-во, 1991. 273 с.
14. Литературные памятники Тобольского архиерейского дома XVII века / Изд. подг. Е. К. Ромодановская и О. Д. Журавель. Новосибирск : Сибирский хронограф, 2001. 439 с. (История Сибири: Первоисточники. Вып. 10).
15. Матвеев А. В. В поисках Ермаковой перекопи // Тобольск и вся Сибирь : Альманах. 2012. № 18. С. 526–545.
16. Матвеев А. В. В поисках места гибели атамана Ермака // Культура русских в археологических исследованиях: междисциплинарные методы и технологии: сб. науч. ст. Омск : Изд-во Омск. ин-та (филиала) Рос. Гос. Торгово-Эконом. Ун-та, 2011. С. 127 – 144.
17. Матвеев А. В., Татауров С. Ф. Сибирское ханство в 1582 – 1598 гг. // Исторический ежегодник. Омск : Изд-во Омск. гос. ун-та, 2008. Вып. 1: Отечественная история. С. 4–8.
18. Никитин Н. И. «За други своя» // Военно-исторический журнал. 1993. № 6. С. 83–87.
19. Очерки истории Тюменской области. Тюмень : Тюмень, 1994. 272 с.
20. Памятники литературы Древней Руси: Конец XVI – начало XVII веков. М. : Художественная литература, 1987. 616 с.
21. Панишев Е. А. Гибель Ермака в татарских и русских легендах // Ежегодник – 2002 Тобольского музея-заповедника. Тюмень : Вектор Бук, 2003. № 1. С. 227–230.
22. Панишев Е. А. Современные татарские и русские легенды о гибели Ермака // Тюркские народы: мат-лы V-го Сибирского симпозиума «Культурное наследие народов Западной Сибири». Тобольск; Омск : Изд-во Омск. гос. пед. унта, 2002. С. 467–468.
23. Полное собрание русских летописей (далее – ПСРЛ). М. : Наука, 1987. Т. 36. 382 с.
24. ПСРЛ. М. : Наука, 1965. Т. 14, I+154 + I + 287 с.
25. Ромодановская Е. К. Русская литература на пороге нового времени: Пути формирования русской беллетристики переходного периода. Новосибирск : Наука. 231 с.
26. Ромодановская Е. К. Сибирь и литература: XVII век. Новосибирск : Наука, 2002. 390 с. (Избр. труды).
27. Рябинина Е. А. Образы Кучума и Ермака в представлениях тюркоязычного населения Западной Сибири // Емельяновские чтения: мат-лы I межрегион. научно-практ. конф. Курган : Изд-во Курган. гос. ун-та, 2006. С. 58–59.
28. Садовников Д. Наши землепроходцы (Рассказы о заселении Сибири) (1581 – 1712 гг.). М. : Тип. А.И. Мамонтова и К, 1874. 156 с.
29. Серова И. Ю. Об источнике Есиповской и Строгановской летописей // Источники по истории Сибири досоветского периода. Новосибирск : Сибир. отделение изд-ва «Наука», 1988. С. 30–38.
30. Сибирские летописи: Краткая сибирская летопись (Кунгурская). Рязань : Александря, 2008. 645 с.
31. Скрынников Р. Г. Сибирская одиссея // На суше и на море: Повести. Рассказы. Очерки. Статьи. М. : Мысль, 1980. Вып. 20. С. 170–192.
32. Скрынников Р. Г. Сибирская экспедиция Ермака. 2-е изд., испр. и доп. Новосибирск : Сибир. отделение изд-ва «Наука», 1986. 318 с.
33. Соболева Л. С. «Государев атаман» Ермак Тимофеевич: векторы идеализации // Общественная мысль и традиции русской духовной культуры в исторических и литературных памятниках XVI – XX вв. Новосибирск : Изд-во СО РАН, 2005. С. 296–317.

34. Солодкин Я. Г. Как погиб Ермак // Югра. 2008. № 11–12. С. 108–111.
35. Солодкин Я. Г. «Ермаково взятие» Сибири: загадки и решения. Нижневартовск : Изд-во Нижневарт. гос. гуманитар. ун-та, 2010. 170 с.
36. Солодкин Я. Г. Носил ли Ермак кольчугу князя П. И. Шуйского? // Россия в XVI–XX вв.: Проблемы истории, историографии, источниковедения: мат-лы Всерос. науч. конф. Нижневартовск : Изд-во Нижневарт. гос. гуманитар. ун-та, 2008. С. 23–27.
37. Солодкин Я. Г. О происхождении одного «ермакова» предания Ремезовской летописи // *Номо eurasicus* в глубинах и пространствах истории: Посвящается 100-летию со дня рождения академика А. П. Окладникова: сб. тр. междунаро. конф. СПб. : Астерион, 2008. С. 281–286.
38. Солодкин Я. Г. Становление сибирской летописной традиции (спорные источниковедческие проблемы). Нижневартовск : Изд-во Нижневарт. гос. гуманитар. ун-та, 2009. 177 с.
39. Трепавлов В. В. Сибирский хан (?) Али // История, экономика и культура средневековых тюрко-татарских государств Западной Сибири: мат-лы Междунаро. конф. (далее – ИЭК). Курган : Изд-во Курган. гос. ун-та, 2011. С. 95–100.
40. Файзрахманов Г. Л. История сибирских татар (с древнейших времен до начала XX века). Казань : Фэн, 2002. 488 с.
41. Файзрахманов Г. Л. Неизвестные источники истории сибирских татар // Сулеймановские чтения – 2006 : мат-лы IX Всерос. научно-практ. конф. Тюмень : Экспресс, 2006. С. 128–129.
42. Ярков А. П. Кучум и Ермак: смена темпоритма в Сибири // Западная Сибирь: история и современность: Краевед. зап. Нижневартовск; Омск : Омскбланкиздат, 2011. Вып. 10. С. 21–54.
43. Ярков А. П., Капитонов С. А. Кучум и Ермак: «осевое время» Сибири // ИЭК. Курган : Изд-во Курган. гос. ун-та, 2011. С. 87–90.

УДК 39(=511.143):069.02(571.122)

Маслова Н.К.
Maslova N.K.

**СВЯЗУЮЩАЯ ЦЕПЬ ТРАДИЦИЙ В П. ХУЛИМСУНТ БЕРЕЗОВСКОГО РАЙОНА:
РОЛЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ В
СОХРАНЕНИИ МАНСИЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

**THE LINKING CHAIN OF TRADITIONS IN HULIMSUNT VILLAGE
OF BEREZOVSKIY DISTRICT: THE ROLE OF THE PUBLIC MUSEUM'S
STAFF ACTIVITY IN THE MANSI CULTURE PRESERVATION**

В статье рассматривается история создания и деятельности многофункционального общественного музея традиционной и современной культур «Мациос»; дается характеристика направлений работы школы искусств.

The article examines the history of multi-functional public museum of traditional and modern cultures "Matsios", its creation and work activity; describes the trends of the School of Arts.

Ключевые слова: традиционная культура, исследовательская деятельность, преемственность поколений.

Key words: traditional culture, research activity, succession of generations.

В 2002 году группой неравнодушных людей в п. Хулимсунт был создан многофункциональный общественный музей традиционной и современной культур «Мациос». Все началось со случайной встречи. Л.Н. Габдрахимова, педагог из детского сада «Комарик», познакомилась в Березовском фольклорном фонде манси с Евдокией Ивановной Ромбандеевой. Как показала жизнь, встреча оказалась совершенно не случайной, а судьбоносной!

Вернувшись из Берёзово, Лариса Николаевна собрала вокруг себя активных людей, которые с большим энтузиазмом взялись за организацию музея. Жители поселка откликнулись на просьбы сотрудников музея и в кратчайшие сроки собрали ценные музейные экспонаты. Торжественное открытие музея в ноябре 2002 года совпало с 25-летним юбилеем газотранспортного предприятия поселка Сосьвинского – линейно-производственного управления магистральных газопроводов. Помещение музея не было приспособленным, но газовики помогли нам обустроить его.

Через залы музея прошли сотни людей, каждый находил что-то интересное для себя.

В самом начале нашей деятельности основной задачей был сбор экспонатов и создание экспозиций музея. Затем мы использовали различные формы деятельности, в том числе с целью приобщения детей к традиционной культуре народов Югры.

В музее проводили экскурсии для детей средней школы, детского сада, гостей поселка. Сотрудники музея организовывали выезды к местам традиционного проживания северных манси с целью знакомства с материальной культурой и сбора экспонатов (в деревни Менквя, Хангласы, Няксимволь, Усть-Манья). На базе музея проводились уроки краеведения для школьников.

В 2003 году на базе музея была создана молодежная организация. Дети занимались сбором информации об истории газового поселка, о жизни интересных людей, о тружениках газовой промышленности, о ветеранах Великой Отечественной войны и тружениках тыла, о репрессированных людях и участниках локальных войн. Также проводились детьми, представителями того или иного рода, поиски материалов о своей

семье и составление генеалогического древа. Например, Александра Алгадьева собрала много интересной информации о своем роде.

Совместно со средней школой и детской школой искусств сотрудниками музея проводилось множество различных тематических мероприятий: вечера поэзии, романсов, встречи с интересными людьми, например, с художниками Ларисой Власкиной, Ольгой Мерцаловой, филологом-поэтессой Светланой Денисламовой, с самобытной поэтессой Марией Двиняниновой, с археологами из Новосибирска. Незабываема встреча с Евдокией Ивановной Ромбандеевой.

Сотрудники музея организуют и проводят праздники: День Победы, День защиты детей, День работников нефтяной и газовой промышленности, 8 марта, День медицинского работника, День воина-интернационалиста, День округа, День музея. К участию в праздничных мероприятиях привлекаются дети общеобразовательной школы, они готовят песни, стихи, загадки, пословицы, кроссворды по темам, инсценируют сказки как на русском, так и на мансийском языках, проводят экскурсии для гостей мероприятия.

Коллектив музея принял участие в корпоративном конкурсе «Белая птица» общества «Газпром трансгаз Югорск» и занял призовое место в номинации «Общественные организации».

Сотрудники музея совершили экспедицию в верховья Северной Сосьвы и по реке Манья с целью сбора экспонатов, фотоматериалов и гербария.

Сотрудники музея оформляют тематические выставки к различным юбилейным датам, а также выставки предметов традиционного искусства. Каждый участник коллектива музея обучает детей тому, что умеет сам, например, традиционному женскому танцу или мужскому танцу, при этом используются видеозаписи прошлых лет.

В 2008 году сотрудники музея организовали «Шешкинские чтения», была подготовлена концертная программа, проведены мастер-классы, приглашены мастера традиционного искусства и носители языка и традиционной культуры из разных городов и поселков округа. В мероприятиях приняли участие депутаты Думы Югры: Т.С. Гоголева и Е.Д. Айпин.

Ежегодно сотрудники музея организуют и проводят традиционный праздник «Вороний день». В программу входит пение песен, чтение стихов, сказки и загадки на мансийском языке; спортивные состязания: прыжки через нарты, стрельба из лука, «забрось кольцо», «перетяни палку»; конкурс рисунков; приготовление блюд традиционной кухни. Спонсором праздника выступает Администрация п. Хулимсунт.

Несколько лет мы сотрудничаем с коллективом Детского этнического стойбища «Мань Ускве» из сельского поселения Саранпауль. Три раза кочующее стойбище приезжало к нам и ежегодно наши дети приезжают в «Мань Ускве». Дети и преподаватели стойбища «Мань Ускве» обучают наших детей традиционным танцам, игре на *санквылтапе*, инсценировке «*Тулыглап*»; народный мастер России Аксиныя Степановна Мерова научила нас шить из бересты «*акань*», «*сан*», «*шумпал*», кукольную «*апу*». Народный мастер России Мерова Мария Сергеевна учит детей шить традиционную *куклу-акань* из ткани, традиционный мансийский платок «*ватанг тор*». Планируется обучение шитью традиционного мансийского платья «*суп*». Старожилы нашей деревни охотно делятся своими знаниями с детьми, учат их, как выжить в тайге и не замерзнуть без спичек и теплой одежды, как ориентироваться в тайге, как поставить капканы и т.д. Взаимодействие с сотрудниками Детского этнического стойбища «Мань Ускве», культурный обмен с ними для нас крайне важен и необходим.

С 2011 года организованы и проводятся еженедельно «Творческие мастерские», где рядом с мастерами работают дети, создают вещи по образцам, сохранившимся у манси.

Надо отметить, что все сотрудники музея работают на общественных началах, не получают никакой зарплаты. Но тем не менее берут на себя ответственность за организацию праздничных мероприятий, мастерских, подготовку и обучение детей.

В школе искусств с 2004 года открыт класс декоративно-прикладного искусства, где программы «Декоративная композиция» и «Беседы об искусстве» составлены с учетом национального регионального компонента. Это позволяет обучающимся и преподавателю заниматься исследовательской работой. Уже три года дети принимают участие в детско-юношеской научно-практической конференции «Ремесла и промыслы: прошлое и настоящее». На конференции были представлены такие исследования, как:

- Исчезнувшее искусство манси: узоры, выдавленные зубами на бересте (по материалам В.Н. Чернецова; март 2011 года).

Тема мастер-класса: «Узоры на бересте (реконструкция древней техники)».

- Материальная культура северных манси. Одежда, обувь, подвязки для обуви из шерстяных ниток (март 2011 года).

Тема мастер-класса: «Плетение подвязок для обуви из шерстяных ниток».

- Применение кожи рыб у народов Югры (март 2012 года).

Тема мастер-класса: «Обработка (выделка) кожи налима».

- Гравюры Г.С. Райшева – размышление и вдохновение (март 2012 года).

Тема мастер-класса: «Вышивка бисером по мотивам гравюры Г.С. Райшева».

- Игрушки и игры верхнесосьвинских манси д. Хулимсунт (март 2012 года).

Тема мастер-класса: «Авторская кукла из утиной лапки».

- Народный мастер Петр Ефимович Шешкин (март 2013 года).

Тема мастер-класса: «Аппликация из кожи налима и шуки».

- Рыболовная снасть «Хултнэ сов» – ловушка для язей (март 2013 года).

Тема мастер-класса: «Плетение сетей для ловли рыбы из капроновой нити».

- Плетение фенечек и поясов – прошлое и настоящее (март 2013 год).

Тема мастер-класса: «Плетение молодежных фенечек из вязальных ниток».

- Участие преподавателя в различных конкурсах, фестивалях, обучение детей на творческих сменах на стойбищах в «Мань Ускве» и Хулимсунте.

Совместно с детьми и учителями средней общеобразовательной школы и сотрудниками музея мы ежегодно проводим мастер-классы по традиционным промыслам на базе СОШ и на «Вороньем празднике».

Администрация Сосьвинского линейного производственного управления магистральных газопроводов и Администрация сельского поселения Хулимсунт для общественного музея предоставили хорошее просторное помещение бывшего промтоварного магазина. Но в связи со сложившейся чрезвычайной ситуацией в поселке, т. е. аварийным состоянием здания средней школы, музей опять остался без помещения, т. к. теперь там разместились три класса школы. Ценные экспонаты музея сейчас хранятся в техническом помещении теплоузла в отсутствие температурного режима и подвергаются сырости и опасности затопления водой.

Впереди еще много работы, нужно сделать описание экспонатов музея, создать архив фото, видео- и аудиоинформации, собрать библиотеку. Для этого крайне важно иметь музей. После переезда школы в свое здание необходимо вернуть наше помещение. Также требуется создать рабочие места, пусть это будет школьный музей или филиал фольклорного фонда. У нас в поселке еще есть носители языка и знатоки традиционной культуры, необходимо перенять их опыт! Есть специалисты с культурологическим образованием, которые могли бы много сделать для комплексных исследований культуры, традиций и языка. Необходимо заниматься обучением детей языку. Мансийский язык как учебный предмет не введен для преподавания в средней школе.

У нас еще есть территории традиционного природопользования, где человек природы живет заботой о других людях и окружающем мире и думает о будущем своих детей и внуков.

НАШИ АВТОРЫ

Белоцерковец Юлия Валерьевна – студентка, Полесский государственный университет, г. Пинск, Республика Беларусь

Belotserkovets Yuliya Valeryevna – Student, Polessky State University, Pinsk, Republic of Belarus

E-mail: yuliyabelocerkovec@mail.ru

Ботвина Ксения Игоревна – студент, Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) Северо-Кавказского федерального университета, г. Пятигорск

Botvina Kseniya Igorevna – Student, Service, Tourism and Design Institute (branch), North-Caucasus Federal University, Pyatigorsk

E-mail: botvina_k@mail.ru

Бурова Яна Викторовна – студентка, Курский государственный университет

Burova Yana Viktorovna – Student, Kursk State University

E-mail: Askme.yana@yandex.ru

Величко Ольга Анатольевна – инженер отдела реализации услуг по передаче электрической энергии, «Оренбургэнерго»

Velichko Olga Anatolievna – Engineer, Electricity Transmission Department, «Orenburgenergo»

E-mail: chesnokova.oa@mail.ru

Воронина Евгения Васильевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры налогов и налогообложения, Сургутский государственный университет ХМАО – Югры

Voronina Evgeniya Vasilyevna – PhD (Economics), Associate Professor, Department of Tax and Taxation, Surgut State University of KhMAO – Ugra

E-mail: ugene_v@mail.ru

Гаврилина Ольга Павловна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва

Gavrilina Olga Pavlovna – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of Department of Marketing, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow

E-mail: aser25@mail.ru

Галковский Сергей Васильевич – кандидат экономических наук, доцент, Полесский государственный университет г. Пинск, Республика Беларусь

Galkovsky Sergey Vasilyevich – PhD (Economics), Associate Professor, Polessky State University, Pinsk, Republic of Belarus

E-mail: galsv@list.ru

Герасимов Кирилл Борисович – кандидат экономических наук, доцент кафедры социальных систем и права, Самарский государственный аэрокосмический университет

Gerasimov Kiril Borisovich – PhD (Economics), Associate Professor, Department of Social Systems and Law, Samara State Aerospace University

E-mail: 270580@bk.ru

Гирш Валерия Андреевна – аспирант, Сургутский государственный университет ХМАО – Югры

Girsh Valeriya Andreevna – Postgraduate, Surgut State University of KhMAO – Ugra
E-mail: valeriyagirsh@mail.ru

Глебова Ольга Владимировна – доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой экономики и управления в машиностроении», Арзамасский политехнический институт (филиал) Нижегородского государственного технического университета

Glebova Olga Vladimirovna – Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of Department of Economy and Management in Mechanical Engineering, Arzamas Polytechnic Institute (branch), Nizhny Novgorod State Technical University

E-mail: gov-arzamas@yandex.ru

Далёкин Павел Игоревич – аспирант, Арзамасский политехнический институт (филиал) Нижегородского государственного технического университета

Dalekin Pavel Igorevich – Postgraduate, Arzamas Polytechnic institute (branch), Nizhny Novgorod State Technical University

E-mail: DPapifngtu@mail.ru

Дробыш Людмила Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия, Полтавский университет экономики и торговли, Украина

Drobysh Ljudmila Vladimirovna – PhD (Economics), Associate Professor, Department of Economics of the Enterprise, Poltava University of Economics and of Trade, Ukraine

E-mail: karpenko@nm.ru

Ермолина Лилия Валерьевна – преподаватель кафедры экономики промышленности, Самарский государственный технический университет

Ermolina Lilia Valerievna – Lecturer, Department of Industrial Economics, Samara State Technical University

E-mail: ermolina@mail.ru

Ефимов Олег Николаевич – кандидат философских наук, доцент кафедры финансов и кредита, Башкирский государственный аграрный университет, г. Уфа

Efimov Oleg Nikolaevich – PhD (Philosophy), Associate Professor, Department of Finance and Credit, Bashkir State Agrarian University, Ufa

E-mail: meseli@yandex.ru

Зайцева Галина Владимировна – старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета и финансов, руководитель Лаборатории развития малого бизнеса и предпринимательства, Челябинский институт экономики и права

Zaytseva Galina Vladimirovna – Senior Lecturer, Department of Accounting and Finance, Head of Scientific Laboratory of Small Business Development and Entrepreneurship, Chelyabinsk Institute of Economics and Law

E-mail : galinazay.g@yandex.ru

Закревская Надежда Александровна – студент, Полесский государственный университет, г. Пинск, Республика Беларусь

Zakrevskaya Nadezhda Aleksandrovna – Student, Polesski State University, Pinsk, Republic of Belarus

E-mail: 10nadya94@mail.ru

Заусова Наталья Владимировна – аспирант, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, г. Москва

Zausova Natalia Vladimirovna – Postgraduate, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

E-mail: znatawa@yandex.ru

Иванова Анна Александровна – сотрудник Лаборатории развития малого бизнеса, Челябинский институт экономики и права

Ivanova Anna Aleksandrovna – Researcher, Scientific Laboratory of Small Business Development and Entrepreneurship, Chelyabinsk Institute of Economics and Law

E-mail: galinazay.g@yandex.ru

Казаков Александр Михайлович – кандидат философских наук, доцент кафедры философии и экономической теории, заведующий кафедрой управленческого учета и менеджмента, Уральский Финансово-Юридический институт, г. Екатеринбург

Kazakov Alexander Mikhaylovich – PhD (Philosophy), Associate Professor, Department of Philosophy and Economic Theory, Head of Department of Management Accounting and Management, Ural Financial and Legal institute, Yekaterinburg

E-mail: doz.kazak-berater@mail.ru

Казакова Марина Ильинична – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом и психологии, Уральский федеральный университет г. Екатеринбург

Kazakova Marina Ilyinichna – PhD (Philosophy), Associate Professor, Associate Professor of Department of HR Management and Psychology, Ural Federal University, Yekaterinburg

E-mail: doz.kazakowa-berater@mail.ru

Калин Дмитрий Николаевич – студент, Самарский государственный технический университет

Kalin Dmitry Nikolayevich – Student, Department of Industrial Economics, Samara State Technical University

E-mail: xenuseeng@rambler.ru

Карасев Игорь Евгеньевич – кандидат филологических наук, доцент кафедры туризма, гостиничного и ресторанного бизнеса, Омский государственный институт сервиса

Karasev Igor Evgen'evich – PhD (Philology), Associate Professor, Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business, Omsk State Institute of Service

E-mail: igor200617@yandex.ru

Карпенко Юрий Викторович – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия, Полтавский университет экономики и торговли, Украина

Karpenko Iurii Viktorovich – PhD (Economics), Associate Professor, Department of Economics of the Enterprise, Poltava University of Economics and of Trade, Ukraine

E-mail: karpenko@nm.ru

Кауфман Наталья Юрьевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры управления персоналом, Сургутский государственный университет ХМАО – Югры

Kaufman Natalia Yurievna – PhD (Economics), Senior Lecturer, Department of HR Management, Surgut State University of KhMAO – Ugra

E-mail: ntlrus@gmail.com

Кежапкина Ольга Владимировна – соискатель, Пензенский государственный университет

Kezhapkina Olga Vladimirovna – Applicant, Penza State University

E-mail: freshlookinscience@mail.ru

Кучеренко Гульнара Хамитовна – магистрант, Сургутский государственный университет ХМАО – Югры; зам. начальника отдела кадров и трудовых отношений ООО «Газпром переработка»

Kucherenko Gulnara Hamitovna – Master's Degree Student, Surgut State University of KhMAO – Ugra, Deputy Division Chief of HR Management, Gazprom Pererabotka Ltd.

E-mail: kucherenkogh@mail.ru

Логинова Ольга Васильевна – сотрудник Лаборатории развития малого бизнеса, Челябинский институт экономики и права

Loginova Olga Vasilyevna – Researcher, Scientific Laboratory of Small Business Development and Entrepreneurship, Chelyabinsk Institute of Economics and Law

E-mail: olya94-94@list.ru

Макаров Андрей Анатольевич – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры технологий и управления продажами, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва

Makarov Andrey Anatolyevich – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of Department of Technologies and Management of Sales, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

E-mail: mir210mir@yandex.ru

Малахова Наталия Николаевна – кандидат философских наук, доцент кафедры социальных технологий, Ростовский государственный университет путей сообщения

Malakhova Nataliya Nikolaevna – PhD (Philosophy), Associate Professor, Department of Social Technologies, Rostov State Transport University

E-mail: vmalakh@yandex.ru

Маслова Надежда Константиновна – преподаватель изобразительного искусства по классу декоративно-прикладного искусства, Хулимсунтская детская школа искусств, д. Хулимсунт, Березовский район, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра

Maslova Nadezda Konstantinovna – Art teacher on a class of decorative and applied art, Hulimsunt School of Art, Hulimsunt, Berezovsky region, KhMAO – Ugra

E-mail: maslovank@mail.ru

Матвеева Екатерина Сергеевна – сотрудник Лаборатории развития малого бизнеса, Челябинский институт экономики и права

Matveeva Ekaterina Sergeevna – Researcher, Scientific Laboratory of Small Business Development and Entrepreneurship, Chelyabinsk Institute of Economics and Law

E-mail: galinazay.g@yandex.ru

Пирская Елена Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и налогообложения, Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) Северо-Кавказского федерального университета, г. Пятигорск

Pirskaya Elena Vladimirovna – PhD (Economics), Associate Professor, Department of Finance and Taxation, Institute of Service, Tourism and Design (branch), North-Caucasus Federal University, Pyatigorsk

E-mail: foxy_gerl@list.ru

Погребцова Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, Институт экономики и финансов, Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина

Pogrebtsova Elena Aleksandrovna – PhD (Economics), Associate Professor, Department of Management and Marketing, Institute of Economics and Finance, Stolypin Omsk State Agrarian University

E-mail: lena270181.81@mail.ru

Пугина Лариса Ивановна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Муромский институт им. В.К. Зворыкина (филиал) Владимирского государственного университета им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых

Pugina Larisa Ivanovna – PhD (Economics), Associate Professor, Department of Management, Zvorykin Murom Institute (branch), Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

E-mail: larisa.pugina@gmail.com

Рубан Дмитрий Александрович – кандидат геолого-минералогических наук, доцент кафедры туризма, Высшая школа бизнеса Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону

Ruban Dmitry Aleksandrovitch – PhD (Geology and Mineralogy), Associate Professor, Department of Tourism, Higher School of Business, Southern Federal University, Rostov-on-Don

E-mail: ruban-d@mail.ru

Салехов Елвин Ариф оглы – аспирант, Сургутский государственный университет ХМАО – Югры

Salekhov Elvin Arif oglu – Postgraduate, Surgut State University of KhMAO – Ugra

E-mail: salekhovelin@mail.ru

Солодкин Яков Григорьевич – доктор исторических наук, профессор кафедры истории России, заведующий научно-исследовательской лабораторией региональных исторических исследований, Нижневартровский государственный университет

Solodkin Yakov Grigoryevich – Doctor of Sciences (History), Professor, Department of History of Russia, Head of the Research Laboratory for Regional Historical Studies, Nizhnevartovsk State University

E-mail: hist2@yandex.ru

Стрельцова Наталья Валерьевна – аспирант, Волгоградский государственный аграрный университет

Streltsova Natalya Valeryevna – Postgraduate, Volgograd State Agrarian University

E-mail: n.v-s@mail.ru

Тарада Марина Сергеевна – менеджер турагентства «Омсктур»

Tarada Marina Sergeevna – Manager, Travel Agency "Omsktur", Omsk

E-mail: meribunnygirl@mail.ru

Фаттахова Ильмира Ильдаровна – студент, Башкирский государственный аграрный университет, г. Уфа

Fattakhova Ilmira Ildarovna – Student, Bashkir State Agrarian University, Ufa

E-mail: fattakhova.ilm@yandex.ru

Хадасевич Наиля Ракиповна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом, Сургутский государственный университет ХМАО – Югры
Hadasevich Nailya Rakipovna – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of Department of Staff Management, Surgut State University of KhMAO – Ugra
E-mail: 19982005@mail.ru

Чуланова Оксана Леонидовна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления персоналом, Сургутский государственный университет ХМАО – Югры
Chulanova Oksana Leonidovna – PhD (Pedagogy), Associate Professor, Department of HR Management, Surgut State University of KhMAO – Ugra
E-mail: chol9207@mail.ru

Шамиев Игорь Джалилович – директор МКУ «Многофункциональный центр» (г. Мегион)
Shamiev Igor Jalilovich – Head of the "Multifunctional centre", Megion
E-mail: ishamiev@gmail.com

Шоричева Анастасия Юрьевна – магистрант, Омский государственный институт сервиса
Shoricheva Anastasiya Yurjevna – Master's Degree Student, Omsk State Institute of Service
E-mail: derevyanko_nastya@mail.ru

Яркова Ольга Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры математических методов и моделей в экономике, Оренбургский государственный университет
Yarkova Olga Nikolaevna – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of Department of Mathematical Methods and Models in Economics, Orenburg State University
E-mail: yarkova_on@mail.ru

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ МАТЕРИАЛОВ

Научный и культурно-просветительский журнал «Северный регион: наука, образование, культура» выходит 2 раза в год.

Полные тексты статей размещаются в базе данных Научной Электронной Библиотеки на сайте e-library.ru, сведения о публикуемых материалах включаются в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Редакция оставляет за собой право сокращения и редактирования статей. В случае направления рукописи на доработку исправленная статья (электронный вариант) должна быть возвращена в редакцию не позднее чем через неделю.

Недопустимо предоставление в редакцию статей, опубликованных ранее либо направленных в другие издания.

Статьи, не соответствующие требованиям, не рассматриваются и не возвращаются.

Авторы несут ответственность за оригинальность, объективность и обоснованность публикуемых материалов.

Для всех категорий авторов публикации бесплатны.

Статья и сведения об авторах должны быть представлены в разных файлах, которые передаются вложением в электронное письмо, отправленное по адресу: sev_region@mail.ru. Название файла должно содержать фамилию автора (Иванов_статья.doc; Иванов_сведения.doc).

Все авторы должны предоставить **информацию о себе на русском и английском языках:**

- фамилия, имя, отчество (полностью);
- ученая степень (если есть);
- звание (если есть);
- должность;
- место работы (без аббревиатур);
- электронный адрес.

Образец оформления сведений об авторе

Иванова Анна Ивановна – кандидат филологических наук, доцент кафедры общего языкознания, Сургутский государственный университет ХМАО – Югры

Ivanova Anna Ivanovna – PhD (Philology), Associate Professor, Department of General Linguistics, Surgut State University of KhMAO – Ugra

E-mail: ivanova@mail.ru

В файле, содержащем информацию об авторе, также должны быть указаны:

- адрес с почтовым индексом;
- контактные телефоны.

Образец

628412, Сургут, ул. Университетская, д. 7, кв. 32
89221234567

Объем статьи: от 10000 до 20000 печатных знаков (с пробелами), включая аннотацию, ключевые слова, библиографию и иллюстрации.

Структура статьи

1. Индекс УДК (по левому краю).
2. Фамилия (полностью), имя, отчество (инициалы) автора на русском и английском языках (полужирным курсивом, по центру).
3. Название статьи (аббревиатура в названии недопустима) на русском и английском языках (прописными буквами, жирным шрифтом, по центру). Точка после названия не ставится.
4. Аннотация статьи на русском и английском языках (до 8 строк). Слово «аннотация» не пишется.
5. Ключевые слова (3-6 слов) на русском и английском языках.
6. Текст статьи (введение, основная часть, заключение).
7. Литература (пристатейный библиографический список источников, на которые автор ссылается в тексте).

Название статьи, аннотация, ключевые слова и сведения об авторах должны быть переведены профессиональным переводчиком.

Образец оформления статьи

УДК 37.012.3

Белоглазова Т.В., Ставрук М.А.
Beloglazova T.V., Stavruk M.A.

РАЗВИТИЕ ЛИНГВОГУМАНИТАРНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ ПОСРЕДСТВОМ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ

STUDENTS' LINGVOHUMANITY CULTURE DEVELOPMENT BY MEANS OF ACADEMIC MOBILITY

В статье рассматривается формирование лингвогуманитарной культуры студентов через призму культурологического подхода. Особое внимание уделяется развитию социокультурной компетентности студентов, состоящей из социолингвистического, социально-психологического компонентов с учетом национально-специфических моделей поведения.

The relevance of this article is to consider the formation of lingvohumanity culture of students through the prism of cultural approach. Particular attention is paid to the development of socio-cultural competence of students consisting of sociolinguistic, socio-psychological components, taking into account specific national behavior.

Ключевые слова: лингвогуманитарная культура, академическая мобильность студентов, высшее образование, культурологический подход, лингвострановедческий компонент, коммуникативная деятельность.

Key words: lingvohumanity culture, academic mobility of students, higher education, cultural approach, lingvoculture-study component, communicative activity.

Оформление статьи

Текст статьи набирается в текстовом редакторе Word, шрифт TimesNewRoman, кегль 12, интервал 1, абзацный отступ – 1,25 см, поля: верхнее 2,3 см, нижнее 2,4 см, левое 2,2 см, правое 2,2 см.

Все страницы рукописи должны иметь сквозную нумерацию.

Использование цветных заливок и выделений не допускается.

Все сокращения и аббревиатуры, кроме общепринятых, должны быть расшифрованы при первом упоминании.

Единицы измерения даются в соответствии с Международной системой СИ.

Не следует производить табуляцию, разделять абзацы пустой строкой, использовать макросы, сохранять текст в виде шаблона и с установкой «только для чтения», расставлять принудительные переносы.

На все таблицы, схемы и иллюстрации должна быть сделана ссылка в тексте с указанием их номера.

Образец оформления таблицы

Таблица 1

Классификация научных исследований

Наименование	Характеристика
Фундаментальное	Направлено на изучение общих соотношений между феноменами, на познание реальности без учета практического эффекта от применения знаний
Прикладное	Проводится в целях получения знания, которое должно быть использовано для решения конкретной практической задачи
Монодисциплинарное	Проводится в рамках отдельной науки
Междисциплинарное	Предусматривает сотрудничество представителей разных областей в решении комплекса проблем (социологии, антропологии, этологии и др.) и проводится на стыке нескольких научных дисциплин

Рисунки и схемы, выполненные в Word, должны быть сгруппированы внутри единого объекта, иначе при изменении границ страницы элементы могут смещаться. При подготовке иллюстративного материала следует учесть, что рисунки, графики, диаграммы, фотографии должны быть только черно-белыми. При создании таблиц и диаграмм в Excel обязательно прилагается исходный файл в формате .xls.

Рисунки могут быть выполнены только в форматах .gif, .jpg, .tif.

В диаграммах должны быть подписаны оси координат (при наличии), указаны единицы измерения, объяснены все условные обозначения. В подписях рисунков шрифт 10, жирный, точки нет, выравнивание по центру. В примечаниях к рисункам и таблицам шрифт 10, обычный, выравнивание по ширине.

У каждой публикуемой научной статьи должен быть пристатейный библиографический список, содержащий сведения о других документах, цитируемых, рассматриваемых или упоминаемых в тексте статьи, оформленные в соответствии с требованиями к затекстовым библиографическим ссылкам, предусмотренными ГОСТ Р 7.0.5–2008.

Источники приводятся в алфавитном порядке. Упорядочение изданий осуществляется по первой букве первого слова библиографического описания. Если первая буква повторяется – соблюдается алфавит второй, третьей и последующих букв. Источники на иностранных языках указываются в конце списка.

*Образец оформления списка литературы***Литература**

1. Валукин М. Е. Эволюция движений в мужском классическом танце. М. : ГИТИС, 2006. 251 с.
2. Дирина А. И. Право военнослужащих Российской Федерации на свободу ассоциаций // Военное право : сетевой журн. 2007. URL: <http://www.voennoepravo.ru/node/2149> (дата обращения: 19.09.2007).
3. Ефимова Т. Н., Кусакин А. В. Охрана и рациональное использование болот в Республике Марий Эл // Проблемы региональной экологии. 2007. № 1. С. 80–86.

Библиографические ссылки в тексте статьи выделяют квадратными скобками, указывая номер источника в списке литературы (например, [2]). Если ссылку приводят на конкретный фрагмент текста документа, в отсылке указывают порядковый номер источника и страницы, на которых помещен объект ссылки, сведения разделяют запятой: [10, с. 81]. Если отсылка содержит сведения о нескольких затекстовых ссылках, группы сведений разделяют знаком точка с запятой: [1; 3; 14]. Постраничные сноски не допускаются.

Образцы оформления библиографических ссылок

10. Валукин М. Е. Эволюция движений в мужском классическом танце. М. : ГИТИС, 2006. 251 с.
8. Содержание и технологии образования взрослых: проблема опережающего образования : сб. науч. тр. / Ин-т образования взрослых Рос. акад. образования ; под ред. А. Е. Марона. М. : ИОВ, 2007. 118 с.
12. Ефимова Т. Н., Кусакин А. В. Охрана и рациональное использование болот в Республике Марий Эл // Проблемы региональной экологии. 2007. № 1. С. 80–86.
11. Лешкевич И. А. Научное обоснование медико-социальных и организационных основ совершенствования медицинской помощи детскому и подростковому населению г. Москвы в современных условиях : дис. ... д-ра мед. наук. М., 2001. 76 с.
7. Канарский Д. И. Успех как механизм конституирования социальной реальности (социально-философский анализ) : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Хабаровск, 2000. 23 с.
2. О рынке ценных бумаг : федер. закон Рос. Федерации от 22 апр. 1996 г. № 39-ФЗ : принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 20 марта 1996 г. : одобр. Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 11 апр. 1996 г. // Рос. газ. – 1996. – 25 апр.
1. О производственных кооперативах : федер. закон Рос. Федерации от 8 мая 1996 г. № 41-ФЗ : принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 10 апр. 1996 г. // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1996. – № 20, ст. 2321. – С. 4966–4979.
20. Приемопередающее устройство : пат. 2187888 Рос. Федерация. № 2000131736/09 ; заявл. 18.12.00 ; опубл. 20.08.02, Бюл. № 23 (II ч.). 3 с.
4. ГОСТ Р 7.0.4–2006. Издания. Выходные сведения. Общие требования и правила оформления. М., 2006. II, 43 с. (Система стандартов по информ., библиограф. и изд. делу).

Библиографические ссылки на электронные ресурсы

1. Дирина А. И. Право военнослужащих Российской Федерации на свободу ассоциаций // Военное право : сетевой журн. 2007. URL: <http://www.voennoepravo.ru/node/2149> (дата обращения: 19.09.2007).

Если ссылки на электронные ресурсы включают в массив ссылок, содержащий сведения о документах различных видов, то в ссылках, как правило, указывают общее обозначение материала для электронных ресурсов:

9. О жилищных правах научных работников [Электронный ресурс] : постановление ВЦИК, СНК РСФСР от 20 авг. 1933 г. (с изм. и доп., внесенными постановлениями ВЦИК, СНК РСФСР от 1 нояб. 1934 г., от 24 июня 1938 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

Библиографические ссылки на архивные документы

7. Розанов И. Н. Как создавалась библиотека Исторического музея : докл. на заседании Ученого совета Гос. публ. ист. б-ки РСФСР 30 июня 1939 г. // ГАРФ. Ф. А-513. Оп. 1. Д. 12. Л. 14.

36. Материалы об организации Техникума печати при НИИ книговедения // ЦГАЛИ СПб. Ф. 306. Оп. 1. Ед. хр. 381.

2. ГАРФ. Ф. 130. Оп. 6. Д. 305. Л. 32–35. – Копия.

9. ЦГА Армении. Ф. 815. Оп. 1. Д. 27. Л. 13. – Мкоп. из лич. арх. Н. Н. Алихова.

СЕВЕРНЫЙ РЕГИОН:
НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ, КУЛЬТУРА

Научный и культурно-просветительский журнал
№ 1 (30) / 2014

Оригинал-макет подготовлен в редакции журнала
«Северный регион: наука, образование, культура»
8-902-817-05-37

Подписано в печать 29.12.2014 г. Формат 60х84/8. Печать трафаретная.
Усл. печ. л. 21,86. Уч.-изд. л. 18,8. Тираж 200 экз. Заказ № П-108.
Отпечатано в полиграфическом отделе издательского центра СурГУ,
ул. Энергетиков, 8, г. Сургут
Тел. (3462) 76-30-67

ГБОУ ВПО «Сургутский государственный университет ХМАО – Югры»
пр. Ленина, 1, г. Сургут, ХМАО – Югра, 628412
Тел.: (3462) 76-29-00